

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **DIANA LIZETH VILLARROEL NOBOA**, C.I. **1713055372**, autor del trabajo de graduación intitulado: **"ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL RECINTO LIBERTAD DEL TOACHI: CASO HOSTERÍA RINCÓN VERDE"**, previa a la obtención del grado académico de **LICENCIADO/A MULTILINGÜE EN NEGOCIOS E INTERCAMBIOS INTERNACIONALES** en la Facultad de **Comunicación, Lingüística y Literatura**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 5 de febrero del 2013



Diana Villarroel Noboa
C.I. 1713055372

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA MULTILINGUE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL
TITULO DE LICENCIADA MULTILINGÜE EN NEGOCIOS E
INTERCAMBIOS INTERNACIONALES**

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL RECINTO LIBERTAD DEL TOACHI: CASO
HOSTERÍA RINCÓN VERDE.**

DIANA LIZETH VILLARROEL NOBOA

QUITO, 2013

ÍNDICE

1.	TEMA	01
2.	INTRODUCCIÓN	01
	CAPÍTULO I	06
	ESTUDIO DE MERCADO	
1.1.	Análisis de la demanda	06
1.1.1.	Área del mercado	06
1.1.2.	Distribución mercado turístico de Santo Domingo de los Tsáchilas	12
1.1.3.	Definición del mercado potencial para el proyecto	14
1.2.	Análisis de la oferta	16
1.2.1.	Oferta existente en la zona (Catastro)	16
1.2.2.	Competencia directa	17
1.2.3.	Competencia indirecta	29
1.3.	Análisis de precios	36
1.3.1.	Precios de la competencia	36
1.3.2.	Precios del proyecto Hostería Rincón Verde	38
1.3.3.	Estrategias de precios	39
1.4.	Plan de publicidad	40
1.4.1.	Logotipo	40
1.4.2.	Comunicación	41
1.4.3.	Plan de medios	43
	CAPÍTULO II	45
	ESTUDIO TÉCNICO	
2.1.	Estudio básico	45
2.1.1.	El producto en el mercado Hostería Rincón Verde	45
2.1.2.	Producto principal	45
2.1.3.	Tamaño	55
2.2.	Estudio complementario	57
2.2.1.	Organigrama estructural	57
2.2.2.	Organigramas funcionales	58
2.2.3.	Funciones del personal	60
2.3.	Base legal	64
2.3.1.	Tipo de establecimientos	65
2.3.2.	Requisitos de funcionamiento	66
2.3.3.	Información Corporación Financiera Nacional	72
	CAPÍTULO III	75
	ESTUDIO FINANCIERO	
3.1.	Inversiones	75
3.1.1.	Activos fijos	75
3.1.2.	Activos diferidos o gastos de constitución	78
3.1.3.	Capital de trabajo	79
3.1.4.	Total de inversión	82

3.1.5.	Financiamiento de la inversión	83
3.2.	Ingresos proyectados y posibilidades del proyecto	86
3.2.1.	Alojamiento	86
3.2.2.	Restaurante	86
3.2.3.	Snack	89
3.2.4.	Recreación turística	89
3.2.5.	Ingresos totales	91
3.3.	Costos de proceso proyectados a diez años	92
3.3.1.	Mano de obra	92
3.3.2.	Materia prima	93
3.3.3.	Costos indirectos de producción	96
3.3.4.	Gastos de administración	96
3.3.5.	Gastos de ventas	96
3.4.	Pronóstico financiero	97
3.4.1.	Flujo de caja	97
3.5.	Evaluación financiera	99
3.5.1.	Periodo de recuperación de capital	99
3.5.2.	Valor actual neto	99
3.5.3.	Tasa interna de retorno	100
3.5.4.	Relación costo - beneficio	100
3.	ANÁLISIS	101
4.	CONCLUSIONES	103
5.	RECOMENDACIONES	106
6.	BIBLIOGRAFÍA	107
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	
Llegada de extranjeros al Ecuador	06
TABLA 2	
Llegada de extranjeros al ecuador-tasa de crecimiento 2007-2010	07
TABLA 3	
Visitas comunidad Tsáchila, datos proyectados al 2011-2014	08
TABLA 4	
Ciudades más pobladas del ecuador	09
TABLA 5	
Estimación de desplazamiento – turismo interno (período julio – septiembre de 2008)	09
TABLA 6	
Demanda nacional y local	11
TABLA 7	
Demanda total (nacional, local y extranjera)	12
TABLA 8	
Distribución del mercado turístico en hosterías y hoteles de santo domingo de los Tsáchilas 2011	13
TABLA 9	
Definición del mercado potencial para el proyecto año 2011	14
TABLA 10	
Definición del mercado potencial captado por el proyecto	15
TABLA 11	
Mercado local	16
TABLA 12	
Catastro de establecimientos hoteleros	16
TABLA 13	
Salones de eventos	33
TABLA 14	
Precios competencia directa (Hosterías)	37
TABLA 15	
Precios competencia indirecta (Hoteles)	37

TABLA 16	
Tarifas Rack Hostería Rincón Verde	38
TABLA 17	
Tarifas Hostería Rincón Verde con descuentos	39
TABLA 18	
Plan de medios	43
TABLA 19	
Capacidad máxima de hospedaje	47
TABLA 20	
Actividades complementarias	54
TABLA 21	
Capacidad máxima de hospedaje	55
TABLA 22	
Capacidad máxima restaurante	56
TABLA 23	
Capacidad máxima servicios complementarios	56
TABLA 24	
Personal necesario	57
TABLA 25	
Terreno	75
TABLA 26	
Planos y construcción	76
TABLA 27	
Equipamiento	77
TABLA 28	
Registros y licencias de funcionamiento	79
TABLA 29	
Sueldo personal administrativo	80
TABLA 30	
Sueldo personal operativo	80
TABLA 31	
Gastos servicios básicos	81
TABLA 32	
Costos indirectos	82

TABLA 33	
Total inversión	83
TABLA 34	
Financiamiento para el proyecto	84
TABLA 35	
Amortización	84
TABLA 36	
Estado de situación inicial	85
TABLA 37	
Proyección ingresos por alojamiento	86
TABLA 38	
Posibilidades de ocupación del restaurante	87
TABLA 39	
Proyección de ingresos del restaurante	88
TABLA 40	
Ingresos snack	89
TABLA 41	
Ingresos recreación turística	90
TABLA 42	
Ingresos recreación turística	91
TABLA 43	
Proyección de ingresos totales	91
TABLA 44	
Sueldos operativos al año	92
TABLA 45	
Costo insumo habitaciones	93
TABLA 46	
Costo alimentos y bebidas	94
TABLA 47	
Costo servicios complementarios	94
TABLA 48	
Costo servicios complementarios	95
TABLA 49	
Costos indirectos	96

TABLA 50	
Sueldo administrativo por año	97
TABLA 51	
Flujo de caja Hostería Rincón Verde	97
TABLA 52	
Indicadores financieros	99

ÍNDICE DE IMAGENES

IMAGEN 1	
Logotipo Hostería Rincón Verde	41
IMAGEN 2	
Fachada lateral izquierda de la edificación central	46
IMAGEN 3	
Plano cabaña familiar amoblada	47
IMAGEN 4	
Plano habitación matrimonial amoblada	48
IMAGEN 5	
Plano habitación doble y triple amoblada	49
IMAGEN 6	
Organigrama Hostería Rincón Verde	58
IMAGEN 7	
Departamento de recepción	58
IMAGEN 8	
Departamento de alimentos y bebidas	59
IMAGEN 9	
Departamento de recreación	59

ANEXOS

ANEXO 1
CASA PRINCIPAL DE LA FINCA RINCÓN VERDE

ANEXO2
ÁREA PARRILLERA

ANEXO 3
PISCINA TEMPERADA

ANEXO 4
PAISAJE

ANEXO 5
JARDINES

1. TEMA

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL RECINTO LIBERTAD DEL TOACHI: CASO HOSTERÍA RINCÓN VERDE.

2. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el turismo es uno de las actividades económicas que se encuentran dentro de los principales generadores del producto interno bruto, y por el importante crecimiento de esta actividad a nivel mundial, se considera oportuno aprovechar las bondades existentes de nuestro país para ofertarlas a un público deseoso de conocer nuevos lugares y experimentar distintas emociones basadas en el turismo sostenible.

Santo Domingo de los Tsáchilas posee diferentes atractivos turísticos, dentro y fuera de la ciudad, la mayor parte mal o no explotados. Además, considerando su posición geográfica privilegiada, es uno de los centros más importantes de comunicación, un puerto terrestre de intercambio entre Sierra y Costa. Santo Domingo podría convertirse en un centro de distribución; es decir, ser la base de operaciones en la cual se brinde a los visitantes los servicios de alojamiento, alimentación, recreación, transporte, entre otras prestaciones necesarias para su comodidad, haciendo de éste el eje desde el cual ellos se desplacen a distintos lugares de interés en el cantón y por que no de provincias aledañas.

Santo Domingo cuenta con infraestructura hotelera dirigida a un segmento de mercado de negocios, misma que se ubica generalmente en el sector comercial de la ciudad. Las hosterías, ubicadas en las diferentes parroquias, están dirigidas a un segmento familiar y de negocios; ofertan variedad de servicios, para quienes prefieren divertirse en un parque acuático, disfrutar de un spa, realizar actividades deportivas, introducirse en la naturaleza o descansar del estrés de la ciudad, sin embargo no han sido motivo suficiente como para que el turista pernocte más de una noche.

Para el mencionado segmento de negocios ofertan salones para conferencias, talleres de capacitación, liderazgo, motivación, entre otros. A pesar de que no tienen una ocupación alta ya sea por falta de promoción, equipamiento inadecuado de los establecimientos, segmentación, localización, entre otras razones, existe la necesidad de introducir al mercado una hostería que marque la diferencia, que sea innovadora en la oferta y satisfaga al cien por ciento las necesidades de los clientes.

Por otro lado, Santo Domingo, a más de poseer hermosos paisajes, riqueza étnica, es calificado como el huerto del Ecuador, siendo enorme su potencial agrícola y ganadero, que lo convierte en una de las zonas más prósperas del país. Sus tierras son muy fecundas, muchos de los productos que consumen las familias ecuatorianas son originarios del cantón; entre los vegetales se cultiva: banano, maracuyá, guanábana, naranja, naranjilla, papaya, piña, limón tahití, arazá, guayaba, palmito, macadamia, caña de azúcar, café, yuca, maíz, malanga, pimienta, palma africana, abacá, achiote y plantas medicinales.

Existe también gran actividad forestal, maderera y cauchera; se produce: guayacán, teca, laurel, pachaco, bambú, roble, caña guadua, entre otros. Además, es enorme la producción avícola, ganadera, porcina y piscícola; cabe destacar que desde el 2001 se ha incursionado en la crianza de gusanos de seda. Cabe recalcar que también se puede observar aves del subtropical andino como colibríes. La provincia se caracteriza por la variedad de animales que se puede observar entre ellas tenemos: pájaros carpinteros, tucán, guacamayos y garzas buayeras que llegan con el verano. Por su cercanía a Quito, y el declive de los ríos se puede practicar deportes acuáticos como el salto y el rafting, especialmente en el Río Blanco.

Conociendo la flora y fauna que ofrece la capital de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas así como las bondades agropecuarias, es conveniente observar y considerarlas desde el punto de vista turístico, ya que se puede aprovechar la riqueza que brinda los suelos y mostrar al turista la importancia de estas actividades.

Con planes apropiados de promoción, seguridad e infraestructura el cantón puede despuntar en el área del turismo. Sin embargo, no todas las parroquias del cantón están desarrollándose al mismo ritmo; es así que el recinto la Libertad del Toachi de la parroquia Las Mercedes carece de un lugar que, a más de ofrecer alojamiento, alimentación y recreación, brinde a sus clientes la mejor atención y alternativas para disfrutar de la cultura, la naturaleza y el clima de la zona.

En la parroquia existen balnearios o complejos turísticos pero ninguno ofrece servicios de calidad e innovadores, que permitan al cliente disfrutar de todo que se posee en la zona. En virtud de lo anteriormente expuesto es necesario que el recinto mejore e incremente la oferta turística existente mediante el desarrollo de un proyecto que ingrese con una nueva tendencia, enfocada al desarrollo de las actividades turísticas que fomenten una ideología de calidad en el servicio y lo que ello conlleva. Por ello, surge la idea de implementar una hostería que se emplazaría en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cantón Santo Domingo, parroquia Las Mercedes, recinto la Libertad del Toachi, ya que existe el terreno con las condiciones adecuadas para el desarrollo del proyecto y el apoyo de socios para la ejecución del mismo

La hostería a llamarse Rincón Verde estará ubicada en el recinto Libertad del Toachi, parroquia Las Mercedes a 15 minutos de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Además, la existente vía San Miguel de los Bancos, Las Mercedes - Santo Domingo facilita la conexión de las provincias de la Sierra Norte con la Costa, y ha generado el interés de conocer los lugares que se encuentran en la misma. Considerando la ubicación estratégica del lugar donde se pretende crear la hostería podría convertirse en un lugar que a más de brindar descanso a los turistas que se encuentren de paso, ofrecerles los servicios de alimentación, recreación junto a la naturaleza, entre otras prestaciones necesarias para su comodidad. Finalmente, existe la necesidad de introducir al mercado una hostería que marque la diferencia en la oferta y satisfaga las necesidades de los clientes.

Siendo así que en el primer capítulo se realizará un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha de servicios turísticos de alojamiento, alimentación y otras actividades complementarias en el cantón Santo Domingo;

para ello, se tomará en cuenta la demanda de turistas extranjeros, nacionales y locales menos el número de plazas captadas por la competencia directa e indirecta.

En el segundo capítulo con el fin de establecer la capacidad a instalar de infraestructura física se considerará un análisis de la capacidad máxima de los competidores, así como, las necesidades de los clientes, además, se realizará un estudio sobre el talento humano necesario, el equipamiento idóneo para la ejecución de un proyecto turístico en armonía con el medio ambiente en el recinto del Toachi.

Finalmente, en el tercer capítulo se definirá tanto la inversión que se requiere para la implementación del establecimiento turístico como el financiamiento del mismo. Luego se realizará la evaluación financiera que permitirá conocer la factibilidad del proyecto y el retorno de la inversión.

La presente disertación se centra en la hipótesis de que el deficiente desarrollo de la actividad turística sostenible en el recinto Libertad del Toachi y la escasa afluencia de la población urbana de Santo Domingo se debería a la falta de aprovechamiento de los componentes turísticos y su gestión por parte de la población rural así como al paulatino deterioro de los atractivos naturales y pérdida de los atractivos culturales, lo cual podría evitarse mediante la inversión de recursos financieros destinados a la ejecución de proyectos turísticos viables, que permitan contribuir a mejorar el nivel de vida, mediante la generación de ingresos y empleo en la provincia.

Para la realización de esta disertación se utilizará la teoría del desarrollo sostenible. El desarrollo sostenible surge como una propuesta que integra tres dimensiones: la económica, la ambiental y la social. La sostenibilidad económica implica la búsqueda de la prosperidad y del bienestar en los diferentes niveles de la sociedad, tomando en cuenta además la rentabilidad de todas las actividades económicas. La social comprende el respeto de los derechos humanos y la igualdad de oportunidades para todos los miembros que conforman la sociedad. Su objetivo predominante son las comunidades locales, el mantenimiento y

refuerzo de los sistemas de subsistencia, el reconocimiento y respeto de las diferentes culturas, evitando cualquier forma de explotación y pérdida de las mismas.

Con respecto a lo ambiental implica la conservación y una adecuada utilización de los recursos, especialmente de aquellos que no son renovables o que son fundamentales para la subsistencia. Además, requiere del uso de los bienes ambientales de tal forma que no disminuya la productividad de la naturaleza, ni la contribución general de los bienes y servicios ambientales al bienestar humano.

Estos tres componentes deben juntarse de tal manera que generen un flujo estable de ingresos para la población global, aseguren la equidad social, alcancen niveles de población socialmente ajustados, mantengan las fuentes de capital humana y de capital natural y protejan las bondades del ambiente que imparten vida.

Así, según la evolución histórica, la economía basada en la explotación de recursos, desarrollo material, el consumo y el confort, con su crecimiento ilimitado se ha vuelto insostenible en lo relativo a la situación ambiental, social, política y cultural. Las transformaciones necesitan llegar a lo más profundo del ser; se requiere un cambio civilizatorio de valores, definición de prioridades, opciones sustanciales que coloquen lo material en su justa dimensión para que el ser humano se realice plenamente y en armonía con su entorno natural y la comunidad a la que pertenece.

CAPÍTULO I ESTUDIO DE MERCADO

1.1. Análisis de la demanda

El mercado al que se dirigirá este estudio es al no residente en el país, al nacional y local que se incline por el turismo de aventura y naturaleza. El lugar donde se ubicará la hostería es ideal para que el turista tenga la oportunidad de disfrutar la variedad de flora y fauna que esta zona ofrece; además, a las afueras de Santo Domingo de los Tsáchilas habita la Comunidad Tsáchila, la cual dentro de sus costumbres, usos y prácticas, tiene un gran historial dentro de la aplicación de la magia, lo cual constituye un gran atractivo turístico.

1.1.1. Área del mercado

TABLA 1
LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

	2007	2008	2009	2010
ENE	84.070	92.378	86.544	96.109
FEB	69.534	74.174	72.742	89.924
MAR	74.929	77.946	72.226	82.452
ABR	67.788	67.557	72.910	70.540
MAY	68.583	74.667	70.277	77.618
JUN	85.769	89.262	89.889	91.602
JUL	101.088	109.250	102.571	110.545
AGO	91.309	96.336	87.221	95.219
SEP	64.966	73.757	68.124	71.776
OCT	72.365	79.814	77.960	83.701
NOV	73.273	83.458	76.965	81.253
DIC	83.813	86.698	91.070	96.359
TOTAL	937.487	1.005.297	968.499	1.047.098

Fuente: Ministerio de Turismo, Estadísticas turísticas junio 2011.
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Tasa de crecimiento anual llegada de turistas a Ecuador

TABLA 2
LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR-TASA DE CRECIMIENTO 2007-2010

	2007	2008	2009	2010
Turistas	937.487	1.005.297	968.499	1.047.098
Tasa de crecimiento		7,23	-3,66	8,12
Tasa promedio	3,90%			

Fuente: Tabla 1

Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

En el año 2008 se nota un incremento de 7,23% con relación al año anterior; mientras que en el año 2009 existe un decrecimiento de 3,66% en comparación al año pasado a pesar del aumento de establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo, los mismos que ascienden a 16.660 que representan 6,1% de crecimiento con relación a los contabilizados en el año anterior. Esta disminución en los flujos de viajeros se debería a la crisis financiera mundial y el brote de la gripe AH1N1. Por último, en el año 2010 el número de turistas que ingresan al Ecuador se incrementa en un 8,12% ya que es el resultado de la promoción interna y externa que desarrolla el Ministerio. (MINISTERIO DE TURISMO, 2010).

Visitas a la comunidad Tsáchila, nacionales como extranjeros en el Ecuador.

Para conocer la afluencia turística cultural al cantón se consideró datos logrados de una visita a la Comunidad Tsáchila, y gracias a la colaboración del señor Henry Calazacón, director de Proyectos de la Fundación Museo Etnográfico Tsáchila, se pudo obtener los datos del 2010 que son de gran importancia ya que es la única información existente sobre la llegada de extranjeros a la zona. La Comunidad Tsáchila en el año 2010 fue visitada aproximadamente por 3282 turistas. Entre los turistas extranjeros el mayor porcentaje corresponde a turistas norte americanos, seguido de turistas europeos y asiáticos. El porcentaje de visita de turistas colombianos incrementa en temporada de carnaval. (CALAZACÓN, 2011).

TABLA 3
VISITAS COMUNIDAD TSÁCHILA, DATOS PROYECTADOS AL 2011-2014

Meses	Total turistas 2010	Total turistas 2011*	Total turistas 2014*
Abril	177	184	206
Mayo	219	228	255
Junio	327	340	382
Julio	410	426	478
Agosto	820	852	956
Septiembre	274	285	319
Octubre	191	199	223
Noviembre	164	171	191
Diciembre	164	171	191
Enero	164	171	191
Febrero	164	171	191
Marzo	205	213	239
Totales	3282	3410	3824

* Datos proyectados

Fuente: Henry Calazacón, Director de Proyectos Fundación Museo Etnográfico Tsáchila

Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Para la proyección de turismo receptivo a la zona de influencia del proyecto, se utilizó una tasa de crecimiento promedio anual del 3,90%, correspondiente a la tasa histórica de flujo de turistas extranjeros que han visitado nuestro país.

Población total del Ecuador

En el año 2010 el INEC realizó un censo en el país, con el cual se pudo establecer una población de 14.483.499. En la Tabla No. 4 se puede observar las ciudades más pobladas del Ecuador, misma que se utilizó para cruzar información con las tablas de visitantes de fines de semana y feriados al cantón Santo Domingo de los Tsáchilas.

TABLA 4
CIUDADES MÁS POBLADAS DEL ECUADOR

Ciudad	Provincia	Población
Guayaquil	Guayas	2.350.915
Quito	Pichincha	2.239.191
Cuenca	Azuay	505.585
Santo Domingo de los Tsáchilas	Santo Domingo	368.013
Ambato	Tungurahua	329.856
Portoviejo	Manabí	280.029
Machala	El Oro	245.972
Manta	Manabí	226.477
Riobamba	Chimborazo	225.741
Loja	Loja	214.855
Esmeraldas	Esmeraldas	189.504
Ibarra	Imbabura	181.175
Quevedo	Los Ríos	173.575
Latacunga	Cotopaxi	170.489
Milagro	Guayas	166.634
Babahoyo	Los Ríos	153.776
Santa Elena	Santa Elena	144.076
Chone	Manabí	126.491
Quinindé	Esmeraldas	122.570

Fuente: INEC, Resultados censo de población 2010.

Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Según el INDEX MUNI se estima una tasa de crecimiento anual de 1.47% de la población ecuatoriana. (INDEX, 2010).

Destinos turísticos de la población ecuatoriana

TABLA 5
ESTIMACIÓN DE DESPLAZAMIENTO – TURISMO INTERNO (PERÍODO JULIO – SEPTIEMBRE DE 2008)

Destino principal de viaje	Visitas/personas	Proporción
SALINAS	68222	5,40%
ATACAMES	59350	4,70%
MANTA	58695	4,65%
GUAYAQUIL	55424	4,39%
QUITO	50068	3,97%
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	36638	2,90%
CUENCA	31898	2,53%
GENERAL VILLAMIL(PLAYAS)	31345	2,48%
AMBATO	30216	2,39%
ESMERALDAS	28319	2,24%

TONSUPA	27926	2,21%
QUEVEDO	25737	2,04%
SANTA ELENA	25666	2,03%
IBARRA	25437	2,01%
VINCES	24218	1,92%
DAULE	23181	1,84%
MACHALA	21360	1,69%
PORTOVIEJO	20507	1,62%
BAÑOS	20381	1,61%
LATACUNGA	19499	1,54%
LA TRONCAL	18236	1,44%
LOJA	16899	1,34%
CHONE	15830	1,25%
PUYO	15038	1,19%
SANTA ROSA	12570	1,00%
JIPIJAPA	12478	0,99%
EL SALITRE (LAS RAMAS)	12454	0,99%
LA LIBERTAD	12372	0,98%
RIOBAMBA	11222	0,89%
RICAURTE	10904	0,86%
OTAVALO	9906	0,78%
NARANJAL	9459	0,75%
MILAGRO	9314	0,74%
PAUTE	9122	0,72%
GUALACEO	9119	0,72%
BABAHOYO	9056	0,72%
AZOGUES	8875	0,70%
PENIPE	8811	0,70%
HUAQUILLAS	8353	0,66%
CALCETA	7698	0,61%
PASAJE	7548	0,60%
PIÑAS	7193	0,57%
BALZAR	6938	0,55%
ABDON CALDERON (LA UNION)	6324	0,50%
EL GUABO	6282	0,50%
PEDRO CARBO	6051	0,48%
PEDERNALES	5953	0,47%
ZARUMA	5940	0,47%
SAN CARLOS	5895	0,47%
VELASCO IBARRA (EL EMPALM)	5890	0,47%
MACAS	5766	0,46%
SAN MIGUEL	5493	0,44%
MANGLARALTO	5464	0,43%
TULCAN	5401	0,43%
EL CISNE	5161	0,41%
GUANO	5093	0,40%
NUEVA LOJA	4982	0,39%
NARCISA DE JESUS	4969	0,39%
PAJAN	4890	0,39%
SAN JACINTO DE BUENA FE	4787	0,38%
OTROS	234860	18,60%
Total	1262683	

Fuente: Ministerio de Turismo, Estimación de desplazamiento – turismo interno (Período julio – septiembre de 2008)

Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Según la información del Ministerio de Turismo, del 1.262.683 personas encuestadas, 36638 decide hacer turismo en la provincia Tsáchila, es decir, visitar lugares de interés turístico o recreacional *in situ*.

Demanda nacional y local

Para la elaboración de esta tabla se utilizó el Censo de Población y Vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del año 2010 y los porcentajes de participación de salidas por fines de semana y feriados del 2002, valores que se tomaron como constante ya que no existe información reciente. El mercado nacional que visitó la zona de Santo Domingo con las proyecciones al 2010 fue de 178.943 personas y 10.678 personas realizaron turismo local.

TABLA 6
DEMANDA NACIONAL Y LOCAL

Ciudad de residencia	Población 2010	% visitantes Santo Domingo *	Mercado 2010
Fines de semana			
Quito	2.239.191	2,31%	51.725
Guayaquil	2.350.915	0,76%	17.867
Quevedo	173.575	3,09%	5.363
TOTAL			74.956
Feridos			
Quito	2.239.191	3,76%	84.194
Cuenca	505.585	0,62%	3.135
Quevedo	173.575	3,96%	6.874
Chone	126.491	2,26%	2.859
Ambato	329.856	2,10%	6.927
TOTAL			103.987
TOTAL MERCADO NACIONAL			178.943
Santo Domingo	368.013	2,90%	10.678
TOTAL MERCADO LOCAL			10.678

Fuente: Encuesta de Consumo Turístico Interno de los Hogares Residentes en Ecuador, julio - septiembre, 2002 - Ministerio de Turismo. INEC, Resultados censo de población 2010. Tabla 4.

Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

* El porcentaje de crecimiento es tomado en base a un estudio realizado el año 2002.

Demanda Total

TABLA 7
DEMANDA TOTAL ANUAL (NACIONAL, LOCAL Y EXTRANJERA)

Demanda Local	10.678	5,5%
Demanda Nacional	178.943	92,8%
Demanda Extranjera	3.282	1,7%
DEMANDA TOTAL	192.903	100%

Fuente: Tabla 3 y 6.
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Con apoyo de las tablas anteriores se llegó a establecer que el mercado potencial local, nacional y extranjero es de 192.903 personas, valor que se obtuvo unificando el mercado extranjero de 3.282 de la tabla de la Comunidad Tsáchila, 10.678 y 178.943 personas de la tabla Mercado Local y Nacional de Santo Domingo.

1.1.2. Distribución mercado turístico de Santo Domingo de los Tsáchilas

Del trabajo de campo realizado durante el mes de agosto del año 2011, se pudo concluir cuál es la capacidad de alojamiento anual de los hoteles y hosterías de primera categoría de la zona, además proporcionaron el porcentaje de ocupación anual y la distribución del mismo entre turistas que llegan por negocios y vacaciones, conforme la siguiente tabla.

TABLA 8
DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO EN HOSTERÍAS Y HOTELES DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS 2011

Establecimientos	Categoría	Número de habitaciones	Plazas diarias	Días	Capacidad máxima anual	% de ocupación anual	Plazas vendidas	Negocios		Vacaciones	
								%	Plazas	%	Plazas
HOSTERÍAS											
Kashama Eco Resort & SPA	Primera	21	80	365	29.200	90%	26.280	0%	0	100%	26.280
Los Colorados	Primera	29	60	365	21.900	50%	10.950	40%	4.380	60%	6.570
Mi Cuchito	Primera	26	75	365	27.375	50%	13.688	80%	10.950	20%	2.738
Samawa	Primera	21	51	365	18.615	70%	13.031	20%	2.606	80%	10.424
Kasama		15	45	365	16.425	50%	8.213	0%	0	100%	8.213
Tinalandia			35	365	12.775	60%	7.665	0%	0	100%	7.665
Total hosterías					126.290		79.826		17.936		61.889
HOTELES											
Club Hotel Ida María	Primera	30	47	365	17.155	70%	12.009	70%	8.406	30%	3.603
Del Pacífico	Primera	38	60	365	21.900	80%	17.520	80%	14.016	20%	3.504
Grand Hotel Santo Domingo	Primera	80	123	365	44.895	75%	33.671	95%	31.988	5%	1.684
Zaracay	Primera	61	150	365	54.750	70%	38.325	95%	36.409	5%	1.916
Total hoteles					138.700		101.525		90.818		10.706
Total Hoteles y Hosterías					264.990		181.350		108.754		72.599

Fuente: Investigación de campo establecimientos hoteleros en Santo Domingo de los Tsáchilas
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Según la tabla, las hosterías recibieron 79.826 personas, de las cuales 61.889 viajaron por motivo de vacaciones. Con respecto a los hoteles se alojaron 101.525 turistas aproximadamente, siendo 10.706 del segmento vacaciones. Totalizando 72.596 vacacionistas.

1.1.3. Definición del mercado potencial para el proyecto

TABLA 9
DEFINICIÓN DEL MERCADO POTENCIAL PARA EL PROYECTO AÑO 2011

Demanda	Mercado captado	Porcentaje de participación
Demanda registrada en hosterías	79.826	41,38%
Demanda registrada en hoteles	101.525	52,63%
Demanda no registrada (Demanda insatisfecha)	11.553	5,99%
Total Demanda	192.903	100%

Fuente: Tabla 8.

Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

La diferencia del 5.99% corresponde a aquellos turistas que se registran en otros establecimientos, casa de familiares o amigos, siendo este porcentaje el mercado flotante del cual se va captar una porción. Dentro de este mercado flotante se pretende captar a jóvenes universitarios, en especial de las ramas de Agronomía, Medio Ambiente, Administración Hotelera y Turística, Ecoturismo, Guías Nacionales; tomando en cuenta que en estas carreras es necesario hacer salidas de campo, definiendo esto como viajes de estudio. Pretendemos abarcar el potencial turístico que representan jóvenes de colegios, empresas y familias con hijos niños y jóvenes. Además, se desea conquistar a turistas que se encuentren de paso por la vía y disfruten de la flora y fauna que brindará la hostería.

Participación en el mercado turístico de Santo Domingo de los Tsáchilas

El proyecto participará en un 39% de la demanda insatisfecha, considerando una ocupación del 25% de alojamiento para el primer año de la capacidad instalada, llegando a tener 4.563 plazas ocupadas. El mercado captado se estima que el 5% corresponde a clientes motivados por negocios y el 95% a turistas incentivados para disfrutar de sus vacaciones.

De esta manera, la participación del proyecto en el mercado es del 2.37%, como se puede apreciar en la siguiente tabla:

TABLA 10
DEFINICIÓN DEL MERCADO POTENCIAL CAPTADO POR EL PROYECTO

Demanda	Mercado captado	Porcentaje de participación
Demanda registrada en hosterías	79.826	41,38%
Demanda registrada en hoteles	101.525	52,63%
Demanda vacacionista proyecto	4.563	2,37%
Demanda no registrada (Demanda insatisfecha)	6.990	3,62%
Total Demanda	192.903	100,00%

Fuente: Tabla 8
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

En lo que respecta al turismo local, se pretende captar un porcentaje mínimo, mismo que hará uso de los servicios complementarios como piscina, cabalgata, pesca, bicicletas, entre otros. Hay que tomar en cuenta que el producto principal es el alojamiento, sin embargo también se alquilará las instalaciones para quienes deseen pasar un momento de esparcimiento sin aglomeración de personas.

En tal virtud, se pretende iniciar con la captación del 5% del mercado potencial local e ir incrementando poco a poco sin rebasar la capacidad máxima de personas a recibir, por ejemplo, en el año siete se tiene 828 visitantes, es decir 69 al mes o 17 personas por fin de semana.

TABLA 11
MERCADO LOCAL

Periodo	Mercado potencial local	% a captar	Visitantes
Año 0	10.678		
Año 1	10.835	5,00%	542
Año 2	10.995	6,00%	660
Año 3	11.156	6,00%	669
Año 4	11.320	7,00%	792
Año 5	11.487	7,00%	804
Año 6	11.655	7,00%	816
Año 7	11.827	7,00%	828
Año 8	12.001	6,00%	720
Año 9	12.177	6,00%	731
Año 10	12.356	6,00%	741

Fuente: Tabla 7 e INDEX MUNDI, Tasa de crecimiento anual 2010.
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

1.2.1. Oferta existente en la zona (catastro)

Según el catastro obtenido en el Ministerio de Turismo, en el cantón de Santo Domingo existen 26 hoteles; 4 hostales; 37 hostales residenciales; 11 hosterías; 9 moteles y 6 pensiones. (MINISTERIO DE TURISMO, 2009).

TABLA 12
CATASTRO DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS

Clasificación	Número de establecimientos	Categoría		
		Primera	Segunda	Tercera
Hotel	26	7	8	11
Hostal	4	0	3	1
Hostal residencia	37	1	18	18
Hostería	11	6	3	2
Motel	9	1	4	4
Pensión	6	1	2	3

Fuente: Ministerio de Turismo, Catastro de establecimientos turísticos 2009, Dirección de regulación y control, Subsecretaría de gestión turística.
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Para el estudio de mercado se ha realizado el levantamiento de la planta hotelera referente a los hoteles y hosterías de primera categoría y ciertos establecimientos de segunda que prestan servicios con calidad de primera y que se constituirán en competencia directa del proyecto.

A continuación se detallará la información obtenida en el estudio de campo realizado en agosto de 2011.

1.2.2. Competencia Directa

Se considera como competencia directa a las Hosterías ya que estas ofrecen servicios similares, están ubicadas fuera de la ciudad y se dirigen esencialmente a un segmento de descanso que viene por turismo.

Kashama Eco Resort & SPA

Esta es una hostería de lujo, la cual se encuentra ubicada en la parroquia de Valle Hermoso, kilómetro veintiséis de la vía Santo Domingo – Esmeraldas. La ruta de acceso hasta Valle Hermoso es de primer orden, y de ahí hasta llegar a la hostería la calle es empedrada. La hostería esta localizada en un lugar accesible y se cuenta con transporte público. (VÉLEZ, 2011)

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ Alojamiento

El área de hospedaje está construida con materiales de la zona y con una decoración rústica y acogedora, las habitaciones están distribuidas al entorno de la cascada. Su equipamiento en las habitaciones es combinado con los materiales ya mencionados anteriormente. Tiene una capacidad máxima para ochenta personas distribuidas en 21 habitaciones. Posee cabañas, mismas que están equipadas con camas de dos plazas y literas, veladores y hamacas. (VÉLEZ, 2011)

Las tarifas de alojamiento son: habitaciones sencilla, 66 dólares; doble, 129,32; triple, 185,44 dólares y la cuádruple 233,02 dólares; suite doble, 203,02 dólares; suite triple, 262,30 dólares y el bungalow para 5 personas, 287,92 dólares, estas tarifas incluyen impuestos, desayuno, gruta del baño turco con su cascada, cascada natural, piscina con su cascada, senderos ecológicos guiados, laguna de pesca, zonas verdes y deportivas. (VÉLEZ, 2012)

➤ **Lavandería**

El servicio de lavandería tiene un horario de siete de la mañana a tres de la tarde.

➤ **Restaurante**

El restaurante ofrece comida nacional e internacional, su menú es a la carta, tiene una capacidad para cuarenta personas. También cuenta con otro restaurante, el cual tiene una capacidad para 180 personas, mismo que a su vez se utiliza como salón de eventos. (VÉLEZ, 2012)

➤ **Room service**

El room service tiene un horario de siete de la mañana a nueve de la noche.

➤ **Piscina, turco y cascada**

Tiene una piscina pequeña temperada, el turco es cerca de la piscina y la cascada es grande y cae en una laguna natural de la misma.

➤ **Canchas Deportivas**

La hostería tiene cancha de fútbol y vóley.

➤ **Aula para seminarios**

Cuenta con un aula para seminarios cuya capacidad máxima es de cuarenta personas.

➤ **Servicios complementarios**

Alquiler de bicicletas, caballos, Spa, *rafting*, kayak, Rapel, Tubing, campamento y visitas a la Comunidad Tsáchila y el Bosque Protector la Perla.

Según datos otorgados por la Sra. María Eugenia Vélez, gerente del establecimiento, la hostería tiene una ocupación promedio mensual de 90%, de la cual un veinticinco 25% corresponde a turismo nacional esencialmente por vacaciones y un 75% de turismo extranjero quienes vienen por aventura y descanso. Además indicaron que la hostería tiene convenio con la Agencia Metropolitan Touring y Yacu – Amu *Rafting*. (VÉLEZ, 2012)

Hostería Parador Los Colorados

Se encuentra ubicada en la vía Quito – Santo Domingo en el kilómetro 149 a doce kilómetros de la cabecera cantonal, la vía de acceso a esta hostería es de primer orden y en buen estado. (POZO, 2011).

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ **Alojamiento**

Su construcción es de cemento cuenta con 22 habitaciones y 5 cabañas con capacidad para 4 personas, con techo de eternit, ubicadas en una sola línea. Tiene una capacidad para 60 personas. Existen 9 habitaciones simples, 8 dobles y 5 triples. (POZO, 2011).

La tarifa de alojamiento es de 25 dólares la habitación simple, 40 dólares la matrimonial, 45 dólares la doble, 50 dólares la triple. Las tarifas incluyen impuestos. (POZO, 2011).

➤ **Lavandería**

El servicio de lavandería se lo realiza de 8h00 - 18h00.

➤ **Restaurante**

El restaurante tiene una capacidad de 300 personas, ofrece comida nacional e internacional, tipo buffet. El horario de atención es las 24 horas.

➤ **Salón para eventos**

Cuenta con un salón para eventos cuya capacidad máxima es de 350 personas.

➤ **Piscina sauna, turco y toboganes**

Tiene seis piscinas temperadas, para adultos, niños y exclusivas para los toboganes. El sauna y el turco se encuentran cerca de las piscinas.

➤ **Canchas deportivas**

La hostería tiene canchas de básquet, voleibol, fútbol y *squash*. Estos servicios están incluidos en la tarifa de la habitación.

➤ **Servicios complementarios**

Prevía reservación se realiza *Rafting* en el río Toachi, con un número mínimo de seis personas.

Poseen una laguna artificial en la que se puede tener botes, en el centro de la misma hay una instalación para restaurante pero al momento ésta se encuentra deshabilitada.

Según datos otorgados por la Sra. Soledad Pozo, Gerente, posee un 50% de ocupación promedio anual de la cual un 95% corresponde a turistas nacionales y un 5% de no residentes en el país. El ingreso de personas que no están hospedadas y que van hacer uso de la piscina y toboganes tienen que cancelar el valor de tres dólares. La ocupación de la piscina y toboganes es de un 90% anual. (POZO, 2011).

Rancho Hostería Mi Cuchito

Se encuentra ubicada en la vía Chone en el kilómetro dos y medio, la vía de acceso a esta hostería es de primer orden. (HEREDIA, 2011).

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ Alojamiento

Su construcción es de cemento complemento de áreas verdes. Tiene una capacidad para 75 personas distribuidas en 26 habitaciones; 4 habitaciones simples, 13 dobles, 4 triples, 3 matrimoniales y 2 cabañas para cinco personas. (HEREDIA, 2011).

Las tarifas de alojamiento son; quince dólares la simple; treinta y cinco la doble; cuarenta y cinco la triple; treinta la matrimonial y sesenta dólares la cabaña, estos precios incluyen impuestos. Solamente, la habitación simple y matrimonial incluye desayuno continental. (HEREDIA, 2011).

➤ Lavandería

La recepción para el servicio de lavandería se lo realiza de siete a siete de la noche.

➤ **Restaurante**

El Rancho Mi Cuchito cuenta con 2 restaurantes. El restaurante El Molino tiene una capacidad de 100 personas; La Piedra con una capacidad de 100 personas. El menú está conformado por platos a la carta de comida nacional e internacional. El horario de atención es de 7 am – 8 pm. (HEREDIA, 2011).

➤ **Room service**

El room service tiene un horario de 24 horas.

➤ **Salón para eventos**

Cuenta con 2 salones para eventos cuya capacidad máxima del Convention Center es de 600 personas y Los Helechos de 150 personas.

➤ **Salsoteca**

Tiene una capacidad para 50 personas y atienden todos los días, desde las 09:30 de la mañana hasta las 17:30 horas.

➤ **Piscina, sauna, turco, hidromasaje y toboganes.**

Tiene seis piscinas temperadas, una de olas con una capacidad para cien personas; una semi-olímpica; una piscina pequeña; y, tres piscinas para niños. El sauna, turco e hidromasaje se encuentran cerca a la piscina semi-olímpica. Existen trescientos metros de toboganes que desembocan en cinco piscinas. La entrada a las instalaciones tiene un costo de cuatro dólares adultos; dos dólares niños. (HEREDIA, 2011).

➤ **Canchas Deportivas**

La hostería cuenta con canchas de básquet, tenis, volleyball, fútbol y cancha sintética. El uso de la cancha sintética tiene un costo de treinta y cinco

dólares la hora. (HEREDIA, 2011).

Según datos otorgados por el Ing. Alberto Heredia, Gerente, su ocupación promedio mensual en temporada alta es del 50% y en temporada baja entre el 25% y 30%. El mayor número de huéspedes corresponde a ejecutivos representando un 80% y 20% por vacaciones. (HEREDIA, 2011).

Hostería Samawa

Se encuentra ubicada en la parroquia de Santo Domingo, en el kilómetro siete de la vía Santo Domingo – Alóag, la vía de acceso a ésta hostería es de primer orden. (PAZMIÑO, 2011).

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ Alojamiento

Su construcción es de cemento. La hostería consta de veinte y un habitaciones, entre simples, dobles, triples y cuádruples, resultando con una capacidad máxima para 51 personas. El costo de la suite especial picapiedra es de 107,36 dólares.

La hostería cuenta con dos tipos de habitaciones, rusticas y semi-suites. Las tarifas de alojamiento de habitaciones rusticas incluyen impuestos y éstas son: simple 42,70 dólares, doble 79,30 dólares, triple 91,50 dólares y cuádruple 107,36 dólares. Las tarifas de las semi-suites son: simple 58,56 dólares, doble 95,16 dólares, triple 109,80 dólares y cuádruple 128,10 dólares. (PAZMIÑO, 2011).

Cuenta con una suite especial que es la picapiedra con un costo de 107,36 dólares, está construida a base de piedras para darle toque de la era de piedra (PAZMIÑO, 2011).

➤ **Lavandería**

El servicio de lavandería se lo realiza de 7h00 – 17h00.

➤ **Restaurante**

Ofrece comida nacional e internacional, con menú a la carta; tiene una capacidad para 60 personas, por lo cual, también lo usan como salón de eventos.

➤ **Área húmeda**

Pone a disposición de sus clientes cuatro piscinas, sauna, turco e hidromasaje.

➤ **Canchas deportivas**

Tiene canchas de básquet, fútbol, vóley y tenis, cuyos costos están incluidos en la tarifa de alojamiento.

➤ **Salón para eventos**

Cuenta con dos salones uno para seminarios, cuya capacidad es para 60 personas y uno para eventos con una capacidad máxima de 250 personas.

➤ **Servicios complementarios**

Posee una sala de juegos equipada mesa de billar, mesa para ping-pong. Además de un spa, gimnasio, mini zoológico y cabalgatas. (PAZMIÑO, 2011).

Según datos otorgados por la Sra. Maribel Pazmiño, propietaria, la Hostería posee un 70% de ocupación anual. Turismo nacional 30% y 70% de turismo extranjero, por vacaciones. El mayor número de huéspedes corresponde a vacacionistas representando un 80% y 20% por negocios. (PAZMIÑO, 2011).

Hostería Kasama

Se encuentra en kilómetro tres de la ruta alterna Quito-Quevedo, la vía de acceso es de primer orden. (SALTOS, 2011).

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ **Alojamiento**

En su construcción predomina la madera. La capacidad total de alojamiento es para cincuenta personas distribuidas en quince cabañas. Las tarifas de alojamiento son: habitaciones sencilla, 34,16 dólares; doble, 26,84 dólares adultos y 13,42 dólares niños; triple, 26,84 dólares adultos y 13,42 dólares niños y la cuádruple los mismo precios, por persona; estas tarifas incluyen impuestos. Los precios incluyen desayuno y el uso de las instalaciones. (SALTOS, 2011).

➤ **Lavandería**

El servicio de lavandería se lo realiza de 16h00-18h00.

➤ **Restaurante**

El restaurante tiene una capacidad de 80 personas, su menú es a la carta, formada de comida típica e internacional.

➤ **Salón para eventos**

Cuenta con un salón para eventos cuyo nombre es Los Naranjos y su capacidad es de 70 personas.

➤ **Área húmeda**

Tiene una piscina, hidromasaje y turco.

➤ **Canchas deportivas**

Tiene canchas de vóley y fútbol cuyos costos se incluyen en la tarifa de alojamiento.

➤ **Servicios complementarios**

Mesa de ping pong, *karaoke*, capilla, área para *camping* y boyas para *tubbing*.

Según datos otorgados por el Sr. Jimmy Saltos, propietario, la hostería recibe un 80% de turistas nacionales que vienen por descanso y un 20% de turistas extranjero esencialmente aventureros que vienen de Estados Unidos, Inglaterra y Alemania. Los meses que más turistas extranjeros visitan las instalaciones es desde junio a octubre. Esta hostería recibe un 70% anual de turistas locales para el uso de la piscina especialmente los fines de semana. Para personas que no están hospedadas y desean hacer uso de la piscina el costo es de 5 dólares para adultos y 3 para niños. (SALTOS, 2011).

Hostería Tinalandia

Se encuentra ubicada en la vía Quito – Santo Domingo en el kilómetro 144, a diecisiete kilómetros de la cabecera cantonal, la vía de acceso a esta hostería es de primer orden y se encuentra en buen estado. (PLATONOFF, 2011).

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ **Alojamiento**

Las cabañas están construidas de cemento y madera, misma que predomina en su totalidad. Tiene una capacidad para treinta y cinco personas.

Ofrecen habitaciones simples, dobles, triples y cuádruples. Las tarifas de alojamiento son: habitación simple, 86,24 dólares; habitación doble, 117,60 dólares; habitación triple, 135,52 dólares. Niños menores de 12 años, 39,20

dólares. Las tarifas incluyen impuestos. (PLATONOFF, 2011).

➤ **Lavandería**

El servicio de lavandería se lo realiza todas las mañanas.

➤ **Restaurante**

El restaurante tiene una capacidad de sesenta personas, el menú está conformado por platos a la carta de comida internacional, nacional y vegetariana.

➤ **Salón para eventos**

Con una capacidad máxima de 54 personas.

➤ **Piscina**

Tiene una piscina temperada de tamaño mediano.

➤ **Cancha de golf**

La hostería posee una cancha de golf, pero por el momento no se encuentra habilitada

➤ **Servicios complementarios**

Rafting, se lo realiza en el río Toachi y es necesario que se lo solicite con un día de anticipación para proveer al visitante el equipo necesario

Según datos otorgados por el Sr. Sergio Platonoff, gerente, su clientela está compuesta en un 80% de turistas extranjeros, esencialmente aventureros y un 20% de nacional. (PLATONOFF, 2011).

Comentario

Según el estudio realizado en las hosterías, se puede concluir que Kashama Eco Resort y Spa, Tinalandia y Samawa están dirigidas especialmente a extranjeros que vienen por aventura, para realizar deportes de riesgo como es el kayak, *rafting*, por turismo ecológico para observar la variedad de flora y fauna de la zona; y, por descanso.

Los servicios que ofrecen estas hosterías son similares, con la diferencia de que Kashama Eco Resort & SPA ofrece, spa, baño turco, alquiler de bicicletas, y visitas a la Comunidad Tsáchila y al Bosque Protector la Perla. Tinalandia por otro lado ofrece visitas a la comunidad del mismo nombre, pesca, cabalgatas y cancha de golf. Mientras que Samawa cuenta con gimnasio y un mini zoológico.

La capacidad de alojamiento de Kashama Eco Resort & SPA es de ochenta personas y treinta y cinco personas Tinalandia, estas hosterías alojan a sus huéspedes en habitaciones y cabañas.

El Parador los Colorados y Mi Cuchito se caracterizan por dirigirse más a turismo nacional que a extranjeros. Las hosterías mencionadas ofrecen servicios de: restaurante, servicio a la habitación, lavandería, piscina y salón para eventos. Con la diferencia de que el Parador los Colorados cuenta con toboganes, Mi Cuchito es conocido por su área de recreación acuática, que consta de diez toboganes, piscina con olas, tres piscinas de niños y dos piscinas para adultos, también cuenta con sauna, turco e hidromasaje cerca de las piscinas; su capacidad de alojamiento es de sesenta y cinco personas.

Las hostería Samawa y Kasama son relativamente nuevas, sin embargo han logrado posesionarse en el mercado. La Hostería Samawa presta servicios exclusivos, la decoración de sus cabañas es distinta una con otra.

1.2.3. Competencia Indirecta

La competencia indirecta para el proyecto son los hoteles, ya que estos se dirigen esencialmente a un segmento ejecutivo que visitan la ciudad por negocios y en menor porcentaje receptan turistas cuya motivación de viaje son las vacaciones, sin embargo para el presente proyecto no se deja de lado la posibilidad de posicionarse en ambos segmentos, enfatizando en el segmento vacaciones.

Hotel Ida María

Se encuentra ubicado en la Av. Quito 1261 y Río Chimbo, la vía de acceso a este hotel es de primer orden y se encuentran en buen estado.

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ **Alojamiento**

El hotel funciona en un edificio de tres pisos, tiene dos ingresos, la entrada principal es por la Av. Quito y la secundaria (parqueadero) por la calle Guayaquil.

El Hotel Ida María tiene una capacidad para cuarenta y siete personas, distribuidas en 30 habitaciones entre simples, dobles, triples, cuádruples, matrimoniales y suites. Las tarifas de alojamiento son: habitación simple, 48,80 dólares; doble, 73,20 dólares; matrimonial, 67,10 dólares; triple, 97,60 dólares; cuádruple, 122 dólares; suite, 54,90 dólares. Las tarifas incluyen impuestos, desayuno continental, gimnasio y salón de juegos. El spa, sauna, turco, hidromasajes, parqueadero y restaurante tiene un costo adicional. (CALLE, 2011).

➤ **Cafetería, bar, restaurante**

El restaurante, bar, cafetería tiene una capacidad de treinta y cinco personas, los platos a la carta que ofrece son de comida nacional e internacional, gracias a la colaboración existente en este hotel pudimos tener acceso al menú y

sus precios, los mismos que fluctúan desde dos dólares para ciertos sandwiches y postres hasta siete dólares. (CALLE, 2011).

➤ **Room service**

El room service tiene un horario de veinte y cuatro horas.

➤ **Lavandería**

Este servicio lo realizan de siete de la mañana a seis de la tarde.

➤ **SPA (Sauna, turco, hidromasaje)**

El horario de atención del SPA es de seis de la mañana a diez de la noche, dentro del SPA se encuentra la zona húmeda que consta de jacuzzi, sauna, turco y duchas polares (agua helada). (CALLE, 2011).

➤ **Área de recreación y gimnasio**

Dentro del área de recreación encontramos juegos de mesa como: fútbolín, billar, ping pong, dardos y ajedrez, su horario de atención es de veinticuatro horas. En lo que se refiere al gimnasio tiene gran variedad de máquinas y su horario de atención es de veinticuatro horas. Estos servicios están incluidos en la tarifa de la habitación. (CALLE, 2011).

➤ **Salón para reuniones**

El salón de eventos tiene capacidad para 150 personas. Por el momento se encuentra en remodelación.

Según datos otorgados por la Sra. Mercedes Alejandra Calle Aguirre, Gerente, su porcentaje promedio de ocupación es el 70%, del cual un 70% corresponde a turistas nacionales, esencialmente ejecutivos y un 30% de extranjeros. Además nos informó que el hotel tiene convenio con su agencia

propia de turismo en Quito. (CALLE, 2011).

Hotel del Pacífico

Se encuentra ubicado en la calle 29 de Mayo entre Ibarra y Latacunga, en el centro de la ciudad, las vías de acceso a este hotel son de primer orden y se encuentran en buen estado.

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ Alojamiento

Funciona en un edificio, siendo su material de construcción el cemento. El hotel tiene una capacidad para 60 personas, distribuidas en treinta y ocho habitaciones, entre 7 simples, 9 matrimoniales, 12 dobles y 10 triples. (LÓPEZ, 2011).

Las tarifas de alojamiento son: habitaciones simple, 29 dólares; matrimonial, 43; doble, 41,50; triple, 52,25, todas estas incluyen impuestos y desayuno continental. (LÓPEZ, 2011).

➤ Lavandería

El servicio de lavandería se lo realiza de 8h00 – 17h00.

➤ Bar – Restaurante

Tiene una capacidad para 100 personas, en su menú a la carta ofrecen comida nacional e internacional. Su horario de atención es de siete de la mañana hasta las once de la noche. (LÓPEZ, 2011).

➤ Room service

Horario establecido de ocho de la mañana hasta las once de la noche.

➤ **Salón para eventos**

No cuenta con un salón específico para eventos, cuando tienen una reservación adecuan las dependencias del restaurante a las necesidades de la recepción, ofertando una capacidad máxima de 80 o 100 personas.

Según datos otorgados por Srta. Ingrid López, recepcionista, el mayor número de huéspedes corresponde a los ejecutivos representando un 80% y un 20% por vacaciones mayormente nacionales que extranjeros. (LÓPEZ, 2011).

Grand Hotel Santo Domingo

Se encuentra ubicado en la calle Galápagos y Río Toachi, en el centro de la ciudad, las vías de acceso a este hotel son de primer orden y se encuentran en buen estado.

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ **Alojamiento**

Funciona en un edificio de cuatro pisos, siendo su material de construcción el cemento. El Gran Hotel Santo Domingo tiene una capacidad para 123 personas distribuidas en ochenta habitaciones, entre 14 simples, 27 dobles, 10 triples, 22 matrimoniales y 7 suite de lujo. En cada piso hay una sala de estar. (ESPINOZA, 2011).

Las tarifas de alojamiento son: habitaciones sencilla, 63,26 dólares; doble, 91,09 dólares; triple, 107,53 dólares; junior suite o matrimonial, 89,00 dólares; suite matrimonial, 120,00 dólares y suite presidencial, 150,00 dólares; estas tarifas incluyen impuestos. Los precios incluyen desayuno americano y el uso de piscina, sauna, turco e hidromasaje. (ESPINOZA, 2011).

➤ **Lavandería**

El servicio de lavandería se lo realiza desde las ocho de la mañana hasta las ocho de la noche.

➤ **Bar – Restaurante**

Tiene una capacidad para 120 personas, su menú a la carta ofrece comida nacional e internacional. El bar es pequeño, se encuentra dentro del restaurante, su horario de atención es de 07:00 am - 22:00 pm. (ESPINOZA, 2011).

➤ **Room service**

Tiene un horario establecido que es desde las siete de la mañana hasta las diez de la noche.

➤ **Salón para eventos**

TABLA 13
SALONES DE EVENTOS

	SALÓN	MEDIDAS	CAP. DE PAX	MONTAJE
1	Tsáchila	3,75 AN X 16,99 LAR	30 PAX	Tipo auditorio
2	Peripa	14,80 AN X 17,60 LAR	200 PAX	Tipo auditorio
	Peripa	14,80 AN X 17,60 LAR	80 PAX	Con cena
3	Congoma	14,08 AN X 8,36 LAR	50 PAX	Tipo auditorio
	Congoma – Peripa	14,08 AN X 25,96 LAR	150 PAX	Con cena bailable
4	Chigüilpe	14,08 AN X 12,50 LAR	150 PAX	Tipo auditorio
	Chigüilpe	14,08 AN X 12,50 LAR	50 PAX	Con cena
5	Las comunas	14,08 AN X 38,50 LAR	600 PAX	Tipo auditorio
	Las comunas	14,08 AN X 38,50 LAR	300 PAX	Con cena bailable
6	Ecológico	10,00 AN X 18,00 LAR	250 PAX	Tipo auditorio
	Ecológico	10,00 AN X 18,00 LAR	120 PAX	Con cena bailable
7	Mapali	4,30 AN X 5,35 LAR	10 PAX	Sala de reunión
8	Heliconia	11,00 AN X 15,5 LAR	120 PAX	Tipo auditorio
9	Heliconia	11,00 AN X 15,5 LAR	90 PAX	Con cena bailable

Fuente: Grand Hotel Santo Domingo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Incluye sillas, mesas, mantelería, cristalería, pantalla, amplificación, pizarra con marcadores, y servicios de saloneros. No incluye discomóvil, infocus y laptop

➤ **Piscina, sauna, turco e hidromasaje**

Se encuentra ubicada en la parte posterior del edificio, es una piscina mediana temperada. El sauna, turco e hidromasaje se encuentran cerca a la piscina. (ESPINOZA, 2011).

Según datos otorgados por la Ing. Karen Espinoza, directora de eventos y banquetes, la ocupación promedio es de 75 %. El mayor número de huéspedes corresponde a ejecutivos representando un 95% y 5% por vacaciones. (ESPINOZA, 2011).

Hotel Zaracay

Se encuentra ubicado en la Av. Quito en el kilómetro uno y medio, dentro de la ciudad al frente del Recinto Ferial, la vía de acceso a este hotel es de primer orden y se encuentran en buen estado.

El establecimiento cuenta con los siguientes servicios:

➤ **Alojamiento**

Su construcción es de cemento, con acabados de caña guadua, bambú, guayacán y sus techos son de paja toquilla. .

El Hotel Zaracay tiene una capacidad para 150 personas. Tiene 61 habitaciones entre simples, dobles, y triples. Las tarifas de alojamiento son: habitación simple, 63 dólares; doble, de 94; triple, 125 dólares. Todas estas incluyen impuestos, desayuno americano y el uso de las instalaciones. (URIBE, 2011).

➤ **Lavandería**

El servicio de lavandería se lo realizara todos los días, de siete a tres de la tarde.

➤ **Bar - Restaurante**

El Bar restaurante, denominado "Los Tsáchilas", tiene una capacidad de 120 personas, la carta ofrece platos nacionales e internacionales. El horario de atención es de siete de la mañana a once de la noche. (URIBE, 2011).

➤ **Room service**

El room service es de 7 am – 11 pm.

➤ **Salón para eventos**

Cuenta con cuatro salones cada uno con su respectiva capacidad y denominación. Salón Alfredo Pérez Chiriboga con capacidad para 600 personas, El Bambú para 100 personas, Guaduas para 100 personas y Guaduas II con capacidad de 50. (URIBE, 2011).

➤ **Piscina**

Tiene una piscina mediana y temperada.

Según datos otorgados por la Sra. Fanny, gerente, la ocupación promedio es del 70%, del cual un 95% pertenece al turismo nacional, esencialmente ejecutivos y un 5% de turismo extranjero, procedentes esencialmente de Estados Unidos, Japón, China, Argentina y Perú, quienes vienen por negocios o vacaciones. (URIBE, 2011).

Comentario

Los hoteles mencionados anteriormente se dirigen más al turismo nacional, especialmente ejecutivo que viene por negocios.

Según el análisis realizado, todos los hoteles ofrecen servicios similares tales como: alojamiento, restaurante, room service, lavandería, piscina y salones para eventos, en lo que se refiere alojamiento todos ofrecen habitaciones simples, dobles y triples.

El Pacífico ofrece tarifas más bajas que los Hoteles Zaracay, Ida María, y Gran Hotel Santo Domingo. El hotel Del Pacífico, Ida María, Gran Hotel Santo Domingo funcionan en edificios de dos y tres pisos mientras que el Hotel Zaracay tiene una estructura de uno y de dos pisos, con acabados de caña guadua, bambú, guayacán y sus techos son de paja toquilla.

1.3. Análisis de precios

Al momento de fijar el precio del producto se tomó en cuenta el precio de servicios similares existentes en el mercado.

1.3.1. Precios de la competencia

Para obtener esta información se visitó y consultó tarifas *rack* en las hosterías de primera categoría consideradas competencia directa y en hoteles incluidos como competencia indirecta.

TABLA 14
PRECIOS COMPETENCIA DIRECTA (HOSTERIAS)

Habitaciones	Kashama	Los Colorados	Mi Cuchito	Samawa	Tinalandia	Kasama
Simple	66,00	25,00	15,00	42,70	86,24	34,16
Matrimonial		40,00	30,00			
Doble	129,32	45,00	35,00	79,30	117,60	53,68
Triple	185,44	50,00	45,00	91,50	135,52	80,52
Cuádruple	233,02			107,36		107,36
Quíntuple						
Suite doble	203,02					
Suite triple	262,30					
Cabañas	287,92		60,00			
Nota: Las tarifas incluyen impuestos						

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

TABLA 15
PRECIOS COMPETENCIA INDIRECTA (HOTELES)

Habitaciones	Ida María	Pacífico	Sto. Domingo	Zaracay
Simple	48,80	29,00	63,26	63,00
Matrimonial	67,10	43,00		
Suite ejecutiva	54,90			
Junior suite o matri.			89,00	
Suite matrimonial			120,00	
Suite presidencial			150,00	
Doble	73,20	41,50	91,09	94,00
Triple	97,60	52,25	107,53	125,00
Cuádruple	122,00			
Quíntuple				
Incluido Desayuno:	*	*	*	*
Nota: Las tarifas incluyen impuestos				

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

1.3.2. Precios del proyecto Hostería Rincón Verde

Después de un análisis de la competencia directa se ha establecido los siguientes precios, mismos que serán competitivos en el mercado, ya que se trató de ubicarlos entre los más accesibles.

En la Tabla No. 18 se establece las tarifas *rack* de habitaciones que la hostería ofertará.

TABLA 16
TARIFAS HOSTERÍA RINCÓN VERDE

Habitaciones	Tarifa Rack	Servicio 10%	IVA 12%	Total
Simple	30,00	3,00	3,60	36,60
Matrimonial	40,00	4,00	4,80	42,70
Doble	45,00	4,50	5,40	54,90
Triple	60,00	6,00	7,20	67,10
Cabañas				
Familiar 4	80,00	8,00	9,60	91,50
Familiar 5	95,00	9,50	11,40	103,70
Familiar 6	105,00	10,50	12,60	115,90
Nota: Tarifas incluyen desayuno americano				

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

En la Tabla No. 19 se puede ver que se aplica un 10% de descuento a agencias de viajes y 5% para grupos. También se ha elaborado paquetes turísticos para fines de semana, tanto para niños como para adultos, los que incluyen dos días y una noche con las comidas respectivas (desayuno, almuerzo y cena), tres “*tickets*” para consumir en el snack - bar, jugos y colas ilimitadas, actividades recreacionales ilimitadas como: ordeño de vacas, siembra de árboles, cosecha de frutas, caminatas, cabalgatas, paseos en bicicleta, piscina y pesca.

Además, puede trabajarse con una tarifa de quince dólares por persona, previo convenio con grupos.

TABLA 17
TARIFAS HOSTERÍA RINCÓN VERDE CON DESCUENTOS

Alojamiento				Paquetes	
Habitaciones	Tarifa Rack	Agencias 10%	Grupos 5%	Hasta 12 años	De 13 en adelante
Simple	30,00	27,00	28,50		70,00
Matrimonial	40,00	36,00	38,00		120,00
Doble	45,00	40,50	42,75	80,00	120,00
Triple	60,00	54,00	57,00	120,00	180,00
Cabañas			0,00		
Familiar 4	80,00	72,00	76,00	160,00	240,00
Familiar 5	95,00	85,50	90,25	200,00	300,00
Familiar 6	105,00	94,50	99,75	240,00	360,00
Nota: Tarifas no incluyen impuestos					

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

1.3.3. Estrategias de precios

Sin embargo de tener los precios de la hostería definidos, como se puede observar en párrafos anteriores, se tiene proyectado manejar ciertas estrategias de precios las cuales permitan posicionarse en el mercado que se quiere abarcar en el primer lapso del proyecto.

Estas son:

- Realización de varios paquetes turísticos, tomando en cuenta el presupuesto para cada segmento de edad y necesidades, de acuerdo a los paquetes de presupuestos más bajos, es necesario enfocarse en los gastos y preferencias de los más jóvenes; y, de igual manera para los paquetes más costosos, debe hacerse énfasis en los gustos y preferencias del segmento de edad madura. Todos estos paquetes deberán ser promocionados a través de agencias de viajes tanto nacionales como internacionales y por medio de la página web de la hostería.
- Ofrecer un 10% de descuento cuando se trata de más de diez estudiantes. Un descuento proporcional al 12% cuando el viaje se realiza por motivos de

estudios, como incentivo tanto para estudiantes como para directivos de colegios y facultades.

- Como estrategia de post – venta, una vez que haya estado en la Hostería, ya sean usuarios de empresas, turistas o estudiantes, se les dará un cupón de descuento de 5% a cada persona.

1.4. Plan de publicidad

En la actual coyuntura en la que los clientes tienen variada oferta de productos y servicios, el consumidor da por hecho la calidad que va a obtener de los productos de una empresa y no se limita a satisfacer sus necesidades por medio de la función básica del producto. Es decir que, un consumidor más exigente ha llevado a construir empresas que sean identificadas como marcas que expresen sus valores individuales, necesidades, sentimientos y emociones.

En ese contexto es necesario definir una comunicación efectiva con los consumidores reales y potenciales para que se identifiquen con la hostería. Dicha comunicación debe estar respaldada en primer lugar en la creación de un logotipo y nombre de marca fácilmente reconocible que cree un vínculo con el consumidor, sea por el color, la forma, el nombre, el significado, entre otros. En segundo lugar, será efectiva también cuando se use una combinación adecuada de medios para llegar al grupo de consumidores elegidos, y sobretodo para que se optimicen recursos.

1.4.1. Logotipo

El nombre comercial de la hostería se compondrá por tanto de un logo y un tipo de letra definido.

IMAGEN 1
LOGOTIPO HOSTERÍA RINCÓN VERDE



Elaborado por: Diana Villarroel

El eslogan con el cual se podrá identificar la hostería será:

“DONDE TÚ Y LA NATURALEZA SON UNO”

1.4.2. Comunicación

Los objetivos del plan de comunicación buscarán generar una respuesta cognitiva, es decir que se impulsará la notoriedad del nombre de la Hostería. Ello se da por la necesidad de crear reconocimiento de una empresa nueva en el mercado. Otro objetivo de esta promoción será persuadir al grupo de consumidores, que son niños, jóvenes de colegio y universidad, familias, empresarios, personas de la Sierra y extranjeros para que opten como destino de un paseo o viaje de aventura en un bosque húmedo cercano a la ciudad.

Se plantea el siguiente plan de comunicación para alcanzar el posicionamiento buscado.

Comunicación personal

Los vendedores directos y aquellos de la agencia de viajes son importantes porque participan directamente del marketing interactivo que la empresa pretende desarrollar al cumplir tanto con las actividades de venta, de servicio y de transmisión de información. De esta manera se facilita la comunicación bi

direccional, la cual apoya el monitoreo del mercado sobre los efectos del plan de promoción.

La persona o personas encargadas de las ventas directas, deben acudir a todas las escuelas, colegios, universidades y empresas, además de, brindar información a quienes visitan la oficina para mostrar lo que el proyecto puede ofrecer dependiendo de las necesidades del cliente: para un campo de estudio, la riqueza étnica y ecológica de la zona; y, para vacacionar, la aventura que significa el descubrir la naturaleza que rodea la hostería.

Comunicación publicitaria

Ya que se espera una respuesta cognitiva del consumidor y persuasión de compra, el objetivo de la comunicación publicitaria es informar al consumidor, familiarizar y crear la notoriedad de la marca. Uno de los medios publicitarios elegidos será la revista, en este sentido la publicidad será básicamente informativa y de imagen. El soporte elegido en este medio será la revista “Familia” del diario “El Comercio” por ser uno de los de mayor circulación, especialmente en la región sierra.

Se creará una página web multimedia con imágenes y videos cortos de los servicios que ofrece la hostería. La página será muy útil para dar a conocer la oferta hotelera y turística, también para poder hacer contactos con los clientes, además invitarles a realizar una visita a las instalaciones previa al paseo grupal, se podrá facilitar cotizaciones, etcétera. En definitiva la página web es un medio que apoya el proceso de decisión de compra.

Además, se hará uso de trípticos con el objetivo de persuadir de una manera individualizada a los clientes meta, logrando llegar directamente, con la oportunidad de dialogar con ellos y solventar ciertas inquietudes relacionadas al servicio que se oferta.

1.4.3. Plan de medios

Desarrollar un programa de comunicación efectivo dependerá de la evaluación de la mejor combinación de los medios y la forma en que se repartirá mejor el presupuesto, además de otras decisiones concernientes a cobertura, repetición, tiempo, etcétera, lo que será descrito en el siguiente plan de medios:

TABLA 18
PLAN DE MEDIOS

Categoría	Masivo			
Soporte	"El Comercio"	"Diario La Hora"	Folletos	Web
Diseño	1	1	1	1
Costo diseño	0	0	0	300
Producción	20	24	60.000	1
Frecuencia meses	tres	doce	doce	doce
Costo	316	80	0,028	80
Subtotal	6.320	1.920	1.700	380
Total				10.320

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Además de la campaña intensiva que se practicará, la comunicación deberá ser continuada para también evitar la pérdida del recuerdo y diversificada en los siguientes medios de comunicación:

- El objetivo de promocionar la hostería en el diario "El Comercio" es darse a conocer a nivel nacional a través de un medio masivo y de gran acogida. Por otro lado, la publicidad en el diario "La Hora" tiene como objetivo captar la población local, logrando un nivel adecuado para alcanzar el reconocimiento – recordación de marca buscada.
- Se emitirán 60 mil trípticos en el año que serán distribuidos en agencias de viajes, cámaras de turismo, oficinas de información turística, empresas y en colegios y universidades. Con respecto a éstos últimos se entregará dos veces en el año lectivo en varias instituciones de las ciudades objetivos. Los folletos a usar mantendrán el mismo mensaje durante todo el año, y la

cantidad a entregar es suficiente para alcanzar interés en 6.000 personas en cada distribución (30% de veinte mil unidades) y generar compra por 1.000 personas en cada distribución.

- La página web será el medio más activo con el cual los jóvenes, empresarios y familias conocerán a fondo todo lo que se ofrece en la hostería. Fotografías de sus instalaciones, del paisaje, y sobre todo videos de las actividades de aventura, con la finalidad de incentivar el deseo de conocer un lugar tan interesante y activo. La página *Web* sirve además para informar tarifas, realizar reservaciones y en algunos casos resolver inquietudes de los grupos.

La elección de estos medios permitirá la cobertura del público objetivo, además posibilitan finalmente la percepción del mensaje, la duración de dicha percepción y el contexto del medio con poca presencia de la competencia en estos soportes. La comunicación permitirá informar a los consumidores sobre los beneficios que obtendrán en la hostería. Se describirán ventajas relativas más importantes ante la competencia lo cual contribuye también a una actitud favorable a la marca. La intención de la comunicación es ayudar a las personas en su proceso de decisión de compra.

Para medir la eficacia de la comunicación desde el punto de vista perceptivo por la respuesta cognitiva esperada, se utilizarán indicadores de reconocimiento, de notoriedad espontánea y de memorización (*Top of Mind, Top of Heart*), y de preferencia por medio de encuestas. Finalmente, se plantea como objetivo del presupuesto de promoción utilizar hasta un máximo del 10% del nivel de ventas.

CAPÍTULO II ESTUDIO TÉCNICO

2.1. Estudio básico

2.1.1. El producto en el mercado Hostería Rincón Verde

En su inicio se pretendió llamarla Hostería “El Bambú”, porque la mayor parte de construcción se la realizará con este material; sin embargo, se decidió cambiarlo a “Rincón Verde”, ya que se desea transmitir la idea ecologista, de preservación del medio ambiente.

Una de las características será pintar a cada huésped un brazalete color negro a su ingreso, símbolo de protección y buenas energías, mismo que se obtiene del mali, árbol propio de la zona de Santo Domingo. Para la Comunidad Tsáchila es símbolo de protección y atrae buenas energías. Se ha decidido realizar esta actividad puesto que se pretende transmitir la idea de vivir las vacaciones que de pasarlas. Esto implica un acto de reflexión, recurrir a la imaginación, de hacer una elección libre, la búsqueda de una ruptura con las maneras habituales de vida. Estas son las buenas energías que se quiere transmitir a los huéspedes, para poder sacarlos de su rutina.

2.1.2. Producto principal

Los productos principales que se ofrecerá en la hostería son alojamiento, alimentación y recreación, siendo estos servicios de primera calidad. Contará con los siguientes servicios: restaurante, sala de juegos, canchas deportivas, piscina, piscina de pesca y snack bar.

IMAGEN 2
FACHADA LATERAL IZQUIERDA DE LA EDIFICACIÓN CENTRAL



Elaborado por: Arq. Fabián Vivanco

El bambú ecuatoriano, conocido como caña guadúa o caña brava, constituye uno de los recursos naturales más importantes en el Ecuador, según expertos, ha sido catalogado como uno de los más connotados en el mundo, por tal razón este material será la base para la construcción de todas las instalaciones de la hostería, además, tomando en cuenta las bondades de esta planta se lo utilizará en la elaboración de los muebles y objetos decorativos.

Alojamiento

La hostería tendrá una capacidad máxima para cincuenta personas, distribuidas en seis cabañas familiares con capacidad para seis personas, dos matrimoniales, dos dobles y dos triples, conforme la siguiente tabla.

TABLA 19
CAPACIDAD MÁXIMA DE HOSPEDAJE

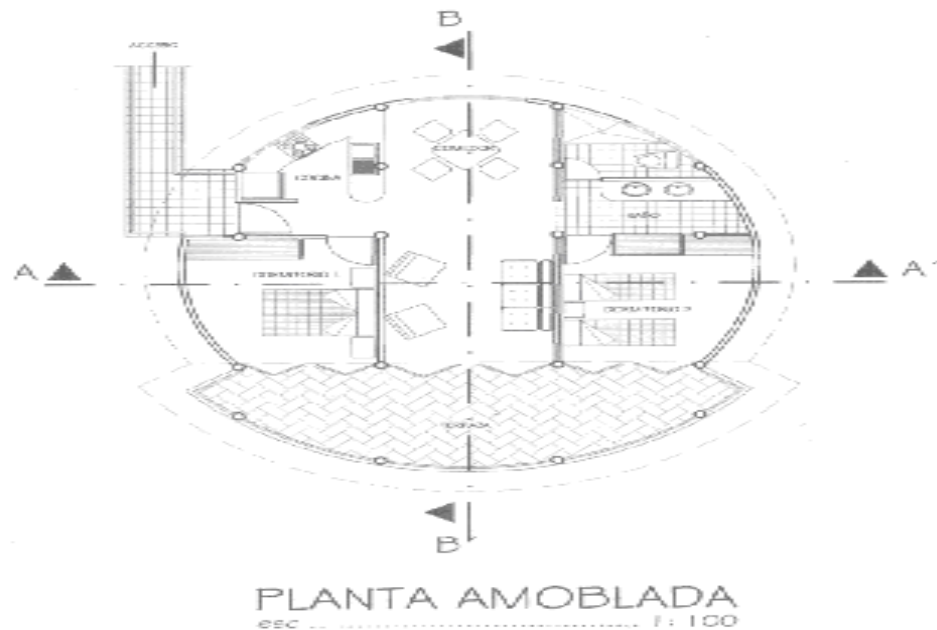
Cabañas	Cantidad	Capacidad por cabaña	Plazas diarias	Plazas al mes 30 días	Plazas al semestre 185 días	Plazas al año 365 días
Familiares	6	6	36	1.080	6.660	13.140
Matrimoniales	2	2	4	120	740	1.460
Dobles	2	2	4	120	740	1.460
Triples	2	3	6	180	1.110	2.190
TOTAL	12		50	1.500	9.250	18.250

Fuente: Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Cabaña familiar

Estará formada por dos dormitorios, baño, cocina, sala - comedor y terraza. Uno de los dormitorios estará equipado con una cama matrimonial de dos plazas, veladores, lámparas, teléfono, armario y peinadora, la otra habitación tendrá dos literas de plaza y media, veladores, lámparas, armario y peinadora.

IMAGEN 3
PLANO CABAÑA FAMILIAR AMOBLADA



Elaborado por: Arq. Fabián Vivanco

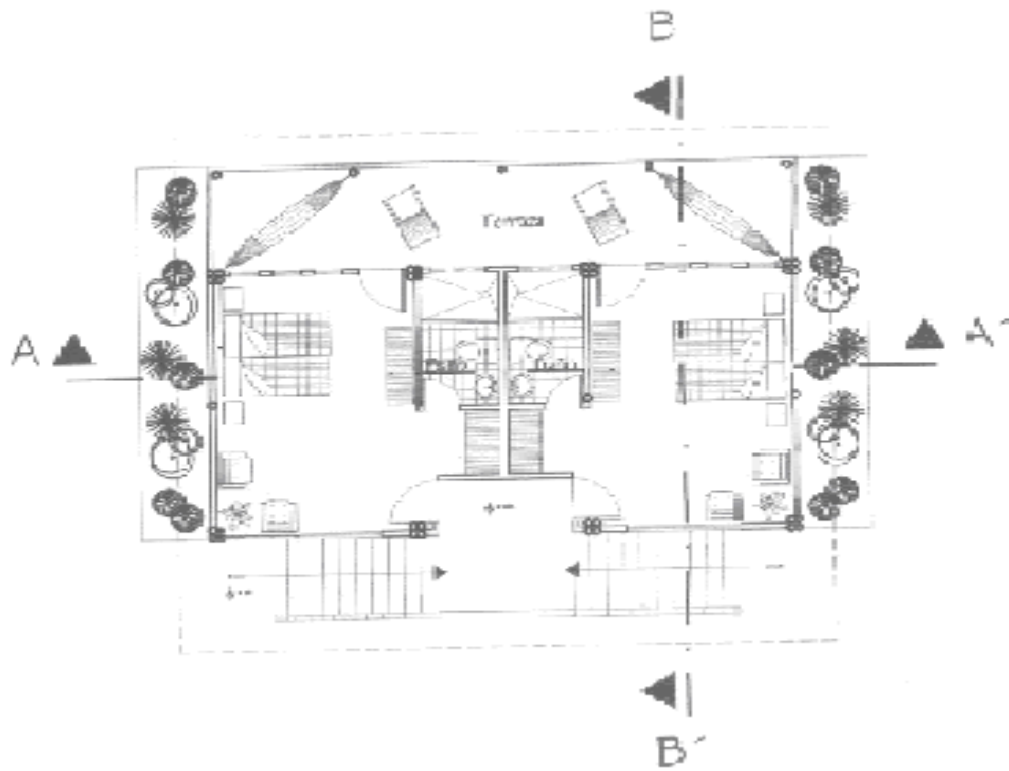
El baño contará con un inodoro, ducha (agua caliente y fría) y los *amenities* necesarios (shampoo, acondicionador, papel higiénico, toalla para cuerpo y piso) y fuera de esta habitación irá el lavamanos con su respectivo mueble y útiles de aseo, para que de ésta manera quede más funcional.

La sala – comedor se equipará con un juego de sala de tres piezas, una mesa de centro y esquina, televisión y cuadros decorativos, mientras que el comedor tendrá una mesa ovalada y seis sillas. La cocina estará equipada con un refrigerador pequeño, una cocineta, licuadora, vajilla y cristalería completa para seis personas.

Habitación matrimonial

Esta habitación constará de un dormitorio y un baño.

IMAGEN 4
PLANO HABITACIÓN MATRIMONIAL AMOBLADA



Elaborado por: Arq. Fabián Vivanco

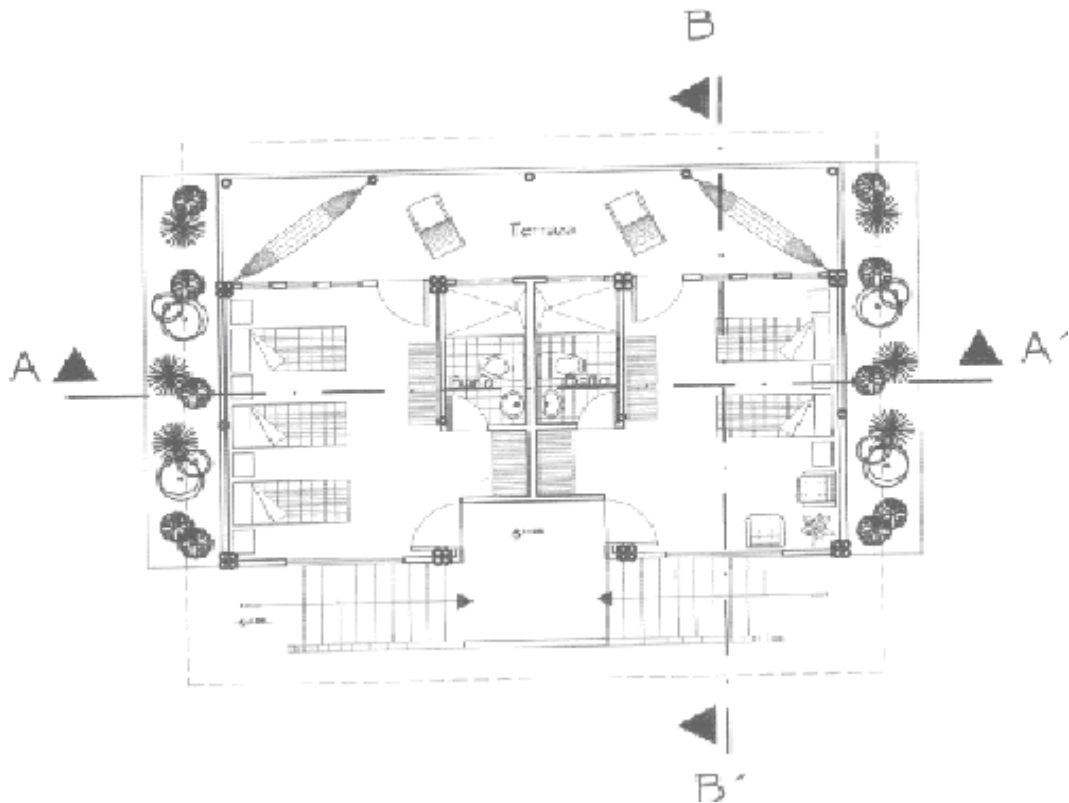
El dormitorio estará equipado con una cama matrimonial de dos plazas, dos veladores, lámpara, televisión, armario, peinadora, dos sillones individuales y mesa esquinera.

El baño contará con un inodoro, ducha (agua caliente y fría), lavamanos y los *amenities* necesarios (shampoo, acondicionador, papel higiénico, toalla para manos, cuerpo y piso). En la terraza se dispondrá de una hamaca, mesa y silla.

Habitación doble y triple

Dicha habitación estará conformada por un dormitorio y un baño

IMAGEN 5
PLANO HABITACIÓN DOBLE Y TRIPLE AMOBLADA



Elaborado por: Arq. Fabián Vivanco

El dormitorio estará equipado con dos y/o tres camas de plaza y media, veladores, lámpara, televisión, armario y peinadora.

El baño contará con un inodoro, ducha (agua caliente y fría) y los *amenities* necesarios (shampoo, acondicionador, papel higiénico, toalla para cuerpo y piso) y fuera de esta habitación irá el lavamanos con su respectivo mueble y útiles de aseo, para que de ésta manera quede más funcional. En la terraza se dispondrá de una hamaca, mesa y silla.

Alimentos y bebidas

En lo referente al área de alimentos y bebidas se dispondrá de un bar – restaurante ubicado en la edificación principal y un snack bar junto al área de recreación.

Restaurante Lucupi

El Restaurante Lucupi, cuyo nombre en el idioma Tsafiqui de la Comunidad Tsáchila significa “sopa de verde”, ofrecerá a sus huéspedes y clientes un excelente servicio y variedad gastronómica, resaltando de manera especial el menú nacional.

Estará equipado con 21 mesas, cada una con capacidad para cuatro personas y una barra central de donde se proveerán las bebidas. Su horario de atención será de seis de la mañana a diez de la noche, con la posibilidad de extender su horario previa reservación.

En la carta se ofrecerá variedad de platos tanto nacionales como internacionales, siendo la especialidad platos típicos de la zona, para las bebidas se utilizarán la variedad de exquisitas frutas que se cultivan en la propiedad.

Desde la cocina principal se abastecerá el menú para el salón de eventos que se encuentra junto al restaurante.

RESTAURANTE LUCUPI

CARTA

DESAYUNOS

Desayuno Buffet	\$ 3.50
------------------------	----------------

(Café, té, aromática o chocolate, variedad de panes, mantequilla, mermelada, 3 clases de jugos, huevos revueltos con tocino, majado, empanadas de verde, bolón de verde, frutas, yogurt y granola).

MENÚ DEL DÍA	\$ 4.80
---------------------	----------------

ENTRADAS

Ceviche de camarón	\$ 4.60
Ceviche de corvina	\$ 4.30
Empanada de Verde	\$ 0.80
Bolón de Verde (queso, chicharrón, mixto)	\$ 1.75

SOPAS Y CREMAS

Sopa del Día	\$ 1.50
Sopa Lucupi	\$ 2.50
Aguado de Gallina	\$ 2.00
Caldo de Gallina	\$ 3.00
Crema de pollo, espárragos y hongos	\$ 1.50

PLATOS FUERTES

Bandera	\$ 4.50
Lomo Mali	\$ 5.00
Filet Mignon	\$ 6.00
Lomo en salsa de champiñones	\$ 6.00

Menestra con carne asada	\$ 3.00
Seco de Carne	\$ 2.50
Seco de Gallina	\$ 3.00
Seco de Guanta	\$ 3.50
Corvina apanada	\$ 5.50
Corvina frita	\$ 5.50
Camarones a la Plancha	\$ 7.00

POSTRES

Copa Mali	\$ 2.00
Banana split	\$ 2.50
Duraznos con crema	\$ 1.80
Helado	\$ 1.20
Mousse de Maracayá	\$ 2.25
Torta tres leches	\$ 2.25
Pie de Piña	\$ 2.25
Ensalada de frutas	\$ 2.25

BEBIDAS

Gaseosas	\$ 1.00
Jugos Naturales	\$ 1.50
(guanábana, mandarina, mango, papaya, piña, naranja)	
Limonada	\$ 0.80
Té helado	\$ 1.00
Agua con gas	\$ 1.00
Agua sin gas	\$ 1.00
Cerveza	\$ 2.00

COCTELES

Margarita	\$ 5.50
Piña Colada	\$ 4.95

Alexander	\$ 4.95
Blody Mary	\$ 4.95
Campari	\$ 3.50
Cuba Libre	\$ 4.50
Daiquiri	\$ 4.95
Martini	\$ 5.50
Gin Tonic	\$ 3.50
Amaretto	\$ 5.50
Whisky	\$ 4.00

Snack – Bar “Pulu”

El nombre del Snack- Bar será “Pulu” que significa “papa”, estará ubicado cerca de la piscina, ofrecerá variedad de comida rápida para los huéspedes y clientes.

CARTA SNACK- BAR PULU

Hamburguesa	\$ 3.80
Hot dog	\$ 2.00
Papas fritas	\$ 2.00
Sánduche de Queso	\$ 1.50
Sánduche Mixto (jamón y queso)	\$ 2.00
Papas chips en funda	\$ 0.60
Chitos	\$ 0.30
Doritos	\$ 0.60
Chupetes	\$ 0.30
Chocolates Bios	\$ 0.60
Chicles A-go-go	\$ 0.20
Helados de agua	\$ 0.80

BEBIDAS

Gaseosas	\$ 1.00
Jugos Naturales (guanábana, mandarina, mango, papaya, piña, melón)	\$ 1.50
Agua con gas	\$ 1.00
Agua sin gas	\$ 1.00
Cerveza	\$ 2.00

Productos complementarios

Creando una ventaja competitiva la hostería ofrecerá diferentes actividades de recreación tales como:

TABLA 20
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Actividad	Descripción
Ordeño de vacas	Se llevará a cabo en las mañanas y luego se procederá a preparar chocolate para su desayuno.
Siembra de árboles	Sembrar el árbol de su preferencia y bautizarlo con su nombre.
Siembra y cosecha de frutos:	Dependiendo de la temporada podrán cosechar productos como: naranja, limón, guayaba, noni, jackfruit, plátano
Caminatas	Por los diferentes senderos que se crearán con el fin de disfrutar de la naturaleza que rodea el proyecto.
Cabalgatas	Dentro o fuera de la hostería donde podrán apreciar la flora y fauna que adornan la zona.
Bicicletas	Paseos por los senderos y excursiones fuera de la hostería.
Camping	Disfrutar de una noche de aventura.
Piscina	Agua temperada
Pesca	Tilapias
Deportes de aventura	Rafting, kayak y canyoning, rappel, cross country
Visitas culturales	Comunidad Tsáchila
Salón de eventos	Capacidad para 150

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

2.1.3. Tamaño

La propiedad tiene una extensión de nueve hectáreas, esta ubicada a diez minutos de la ciudad de Santo Domingo, en el recinto denominado Libertad del Toachi.

Para definir la capacidad de alojamiento, se consideró la oferta existente en el cantón de Santo Domingo, siendo la capacidad máxima de 80 y la mínima de 35 plazas en hosterías, dato que se consideró para establecer que la capacidad del proyecto será de 50 plazas diarias. Además se observó en el estudio de campo que los establecimientos que tienen una capacidad similar o mayor tienen una ocupación promedio del 62%. La hostería esta conformada por cabañas familiares, habitaciones matrimoniales, dobles y triples. La Hostería Rincón Verde contará con 12 habitaciones distribuidas en 6 cabañas familiares, 2 matrimoniales, 2 dobles y 2 triples.

Capacidad máxima

➤ Hospedaje

En la Tabla No. 23 se refleja la capacidad de alojamiento que tendrá la hostería en estudio, siendo 18.250 personas en el año.

TABLA 21
CAPACIDAD MÁXIMA DE HOSPEDAJE

Cabañas	Cantidad	Capacidad por cabaña	Plazas diarias	Plazas al mes 30 días	Plazas al semestre 185 días	Plazas al año 365 días
Familiares	6	6	36	1.080	6.660	13.140
Matrimoniales	2	2	4	120	740	1.460
Dobles	2	2	4	120	740	1.460
Triples	2	3	6	180	1.110	2.190
TOTAL	12		50	1.500	9.250	18.250

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

➤ **Restaurante**

En la Tabla No. 24 se observa la capacidad máxima que tendrá el Restaurante Lucupi.

TABLA 22
CAPACIDAD MÁXIMA RESTAURANTE

Descripción	Cantidad	Plazas diarias	Plazas al mes 30 días	Plazas al semestre 185 días	Plazas al año 365 días
Desayuno	1	84	2.520	15.540	30.660
Almuerzo	1	84	2.520	15.540	30.660
Cena	1	84	2.520	15.540	30.660
TOTAL	3	252	7.560	46.620	91.980

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

➤ **Servicios complementarios**

A continuación se establece la capacidad máxima de los servicios complementarios como:

TABLA 23
CAPACIDAD MÁXIMA SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Descripción	Cantidad	Rotación	Capacidad diaria	Capacidad mensual 30	Capacidad semestral 185	Capacidad anual 365
Ordeño de vacas	10	1	10	300	1.850	3.650
Preparación de alimentos	15	3	45	1.350	8.325	16.425
Siembra de árboles	15	3	45	1.350	8.325	16.425
Siembra y cosecha	15	3	45	1.350	8.325	16.425
Caminatas	15	3	45	1.350	8.325	16.425
Cabalgatas	15	6	90	2.700	16.650	32.850
Bicicletas	15	7	105	3.150	19.425	38.325
Camping	45	1	45	1.350	8.325	16.425
Piscina	20	8	160	4.800	29.600	58.400
Pesca	15	3	45	1.350	8.325	16.425
Deportes de aventura	15	3	45	1.350	8.325	16.425
Visitas culturales	15	3	45	1.350	8.325	16.425
Salón de eventos	1	1	1	30	185	365

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Personal necesario

A continuación se presenta un cuadro donde consta el resumen o el personal necesario para el funcionamiento de la hostería.

TABLA 24
PERSONAL NECESARIO

ADMINISTRATIVO		HABITACIONES	
Administrador	1	Recepcionistas	2
Contador	1	Auditor Nocturno	1
Bodeguero	1	Camareras	2
RESTAURANTE Y SNACK		ÁREA DE RECREACIÓN	
Cocinero de partida	2	Animador Turístico	1
Ayudante – Posillero	1	Cuidador de animales y plantas	1
Meseros	3	Guardia	2
Personal Snack	1	TOTAL PERSONAL	19

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

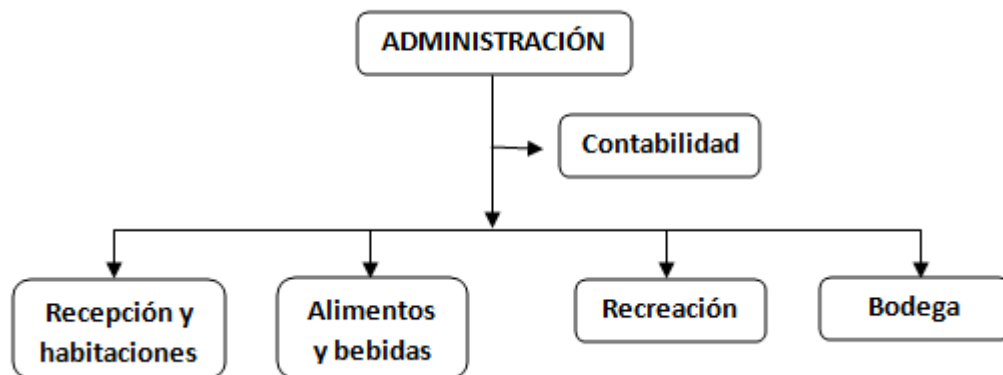
2.2. Estudio complementario

2.2.1. Organigrama estructural

Es importante recalcar la organización de la empresa ya que de ésta manera se pueden realizar de mejor manera el trabajo en equipo, y así optimizar los recursos, procesos y minimizar los errores. El equipo de colaboradores recibirá capacitación antes de su integración al trabajo.

En la siguiente imagen se detalla la estructura orgánica que tendrá la Hostería.

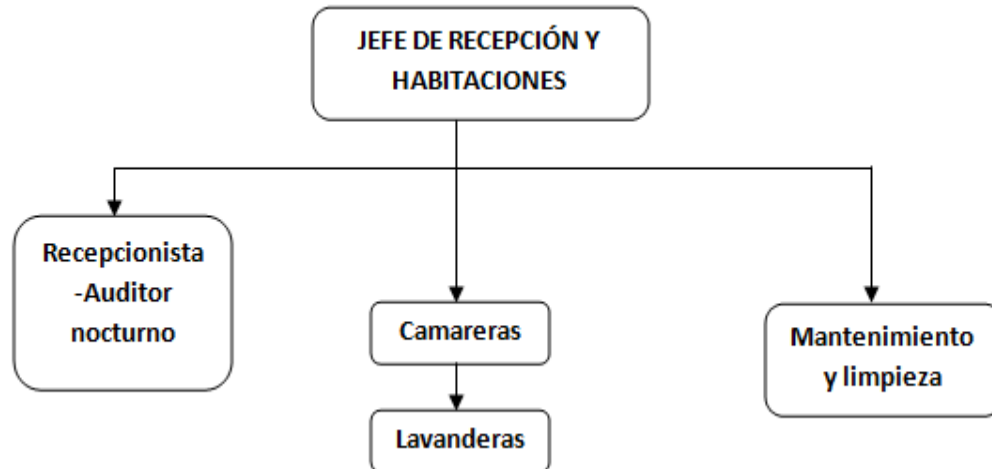
IMAGEN 6
ORGANIGRAMA HOSTERÍA RINCÓN VERDE



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

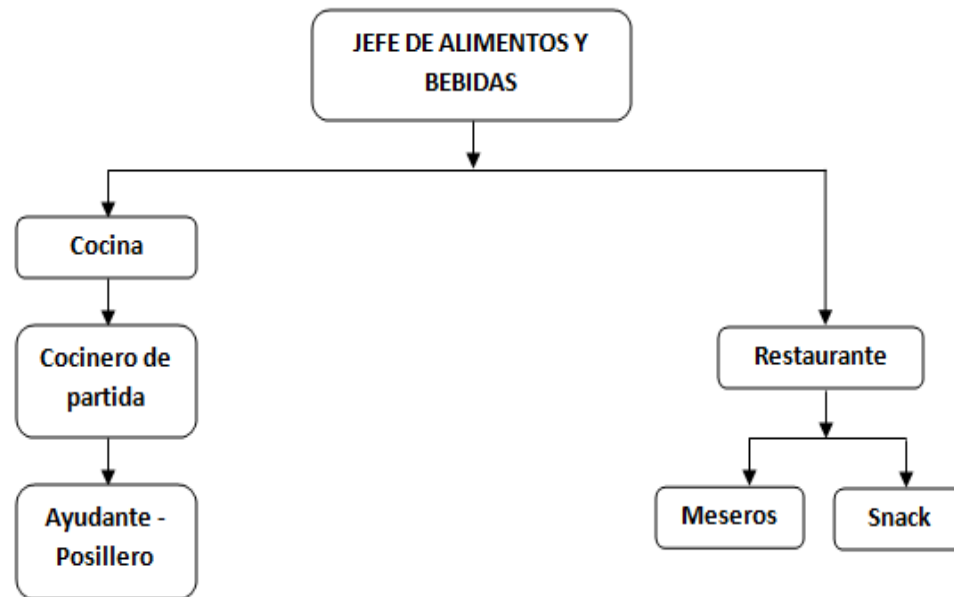
2.2.2. Organigramas funcionales

IMAGEN 7
DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN Y HABITACIONES



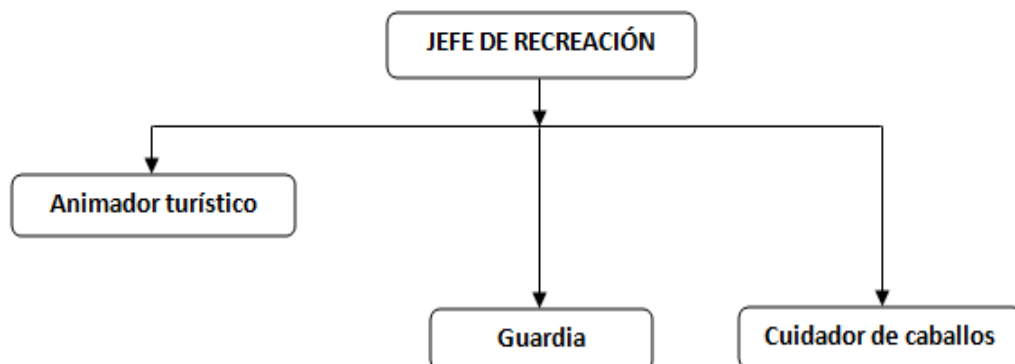
Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

IMAGEN 8
DEPARTAMENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

IMAGEN 9
DEPARTAMENTO DE RECREACIÓN



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

2.2.3. Funciones del personal

Toda actividad que va a realizar el personal a cargo de cada una de las áreas específicas y servicios necesarios que requiera el establecimiento será analizada y definida.

Las funciones a realizar deberán ser entregadas a cada empleado para que sepa cuales son y sean cumplidas a cabalidad y de la mejor manera.

Por tratarse de una empresa pequeña, que recién se inicia y que el porcentaje aproximado de ocupación será 25 %, se contratará con poco personal y se lo capacitará para que sea poli funcional.

➤ **Administrador**

El Administrador es el encargado de planificar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas y financieras para lograr los objetivos y el cumplimiento normativo y legal que rige de manera eficiente, efectiva y económica, apoyando sus decisiones en informes de los encargados de las diferentes áreas de la empresa, de quienes deberá tener total apoyo y comunicación. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Contador**

Es el responsable de llevar y controlar las cuentas de la hostería. No tiene horario establecido porque se le hace llegar los reportes a su oficina y se encarga de elaborar los informes contables. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Bodeguero**

Estará a cargo de la bodega general, en la que se almacenará tanto el material para oficina, limpieza, muebles y enseres y de la bodega de alimentos y bebidas. (SÁNCHEZ, 2011).

Departamento de recepción y habitaciones

➤ Jefe de Recepción

Encargado de organizar y controlar los servicios del departamento, tales como: registro y salida de huéspedes, telefonía, portería, manejo de equipaje, servicios internos y externos relativos a las necesidades del cliente. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ Recepcionista polivalente

Es la imagen de la hostería, es quien está en continuo contacto con el cliente, es decir, cumple con los proceso de recepción, registro, acomodación y salida del huésped; facilita toda la información que esta a su alcance; atiende el teléfono; se encarga de la caja, de ciertas actividades de botones, camarera y seguridad. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ Auditor nocturno

Por tratarse de un establecimiento pequeño los recepcionistas rotarán turnos y cuando trabaje en el horario nocturno harán las veces del auditor. La jornada de laboral es desde las quince horas hasta las veintitrés, tiempo en el que se dedicará a la atención al cliente y a revisar las transacciones o ventas que se realizaron en el día. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ Ama de llaves

Una de las camareras de manera rotativa será quien se encargue del control de la limpieza, ordenamiento, ornamentación y buen estado tanto de habitaciones como de zonas nobles e interiores de la hostería. Además, supervisará el buen uso de los productos que se requieren para el departamento y será nombrada al efecto como ama de llaves. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Camarera**

Se encargará del cuidado y limpieza de las instalaciones de la hostería, de manera especial de las habitaciones, además de inspeccionarlas para la salida del huésped y reponer el material utilizado. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Lavandera**

Por tratarse de una empresa pequeña, las camareras se encargarán de la lavandería.

➤ **Encargado de mantenimiento y limpieza**

Se ocupa de verificar, dar mantenimiento y solucionar problemas de equipos, mobiliarios e instalaciones. Además, colaborar con la limpieza de la hostería. (SÁNCHEZ, 2011).

Departamento de alimentos y bebidas

➤ **Capitán**

El capitán de meseros será la persona encargada de controlar, dirigir, planificar, coordinar y evaluar el desarrollo que se de en el restaurante y bar. En el caso del proyecto las funciones de capitán se rotarán trimestralmente entre los meseros. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Meseros polivalente**

Encargado de recibir y acoger al cliente; servir los alimentos y bebidas; y, mantener arreglada la estación de trabajo. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Chef**

En un inicio no se contará con los servicios de un chef y sus funciones

serán realizadas por los cocineros polivalentes. Es el encargado de crear y realizar recetas y platos, además, supervisa el equipo de trabajo, optimiza los recursos humanos y materiales para una mayor rentabilidad. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Cocinero polivalente**

Encargado de la preparación de recetas de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Ayudante - posillero**

Encargado de ayudar al Chef o al cocinero de partida en la preparación de alimentos y responsable de higienizar, limpiar, lavar y arreglar la loza, cubiertos, cristales, ollas, utensilios y equipos de cocina. (SÁNCHEZ, 2011).

Departamento de recreación

Dentro del área de recreación tendremos el animador turístico y cuidador de caballos.

➤ **Animador turístico**

Es un personaje especial dentro del proyecto, puesto que de su función depende en gran parte el atractivo de la hostería. Por tanto, debe ser un individuo apasionado, capaz de crear un ambiente, un clima propicio para la expresión, la confrontación, el intercambio entre los participantes, la tolerancia, el aprendizaje de lo diferente, en un contexto de respeto a los demás. Debe saber escuchar, hablar, ser gran animador de grupos, suscitar la participación, reagrupar a los individuos según sus gustos y sus capacidades. (SÁNCHEZ, 2011).

La animación debe permitir que se aseguren las funciones de recreo y diversión durante el período de la actividad turística, es decir que se logren distensión y reposo ó las diversiones y distracciones, buscando el desarrollo personal del turista. (SÁNCHEZ, 2011).

La acción de que está a cargo el animador turístico está directamente vinculado con el producto que se está ofreciendo en la hostería, procurando brindar unas vacaciones activas y al mismo tiempo realizar un turismo temático, que sería escogido en última instancia por el huésped entre el de aventura, el cultural o el de contacto con la naturaleza, pudiendo intercalarlos. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Guardia de seguridad**

Tiene como finalidad velar por la seguridad de los huéspedes y de las personas que trabajan en el hotel. Custodiar los objetos personales y dar consejos sobre como mantenerlos seguros. Además, proteger todas las áreas pertenecientes a la hostería, evitando posibles accidentes, robos, etc. Detectar posibles infiltraciones de elementos indeseables que den lugar a molestar la tranquilidad del cliente, por otra parte se busca determinar los posibles riesgos de accidentes, incendios y contaminación del ambiente. (SÁNCHEZ, 2011).

➤ **Encargado de mantenimiento de la flora y fauna**

Debe velar por el cuidado, alimentación y limpieza de los animales y la siembra de plantas requeridas para las actividades recreacionales y de consumo en la hostería. (SÁNCHEZ, 2011).

Como se había mencionado en párrafos anteriores, el presupuesto inicial es un limitante para tener mucho personal, por lo que una persona cumple con estas funciones y las de mantenimiento y limpieza en general.

2.3. Base legal

Según el manual de turismo, numeral 4, literal D guía para la elaboración de solicitudes de calificación y de proyectos turísticos, establece que la solicitud para obtener la calificación y poder gozar de los beneficios debe basarse en un estudio minucioso del proyecto, mismo que debe cumplir con requisitos como: antecedentes de la empresa y sus elementos personales; y, el estudio de

factibilidad técnico económico que incluya estudio de mercado, ingeniería del proyecto, inversión y financiamiento, costos e ingresos y pronóstico financiero. (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011).

La clasificación de las actividades turísticas según el reglamento general de actividades turísticas título I, capítulo I, sección I, artículo 1, señala que:

“Se consideran alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.” (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011: 574).

2.3.1. Tipo de establecimientos

El artículo 2 dictamina que:

La categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera, segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto, se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que presten. En la entrada de los alojamientos, en la propaganda impresa y en los comprobantes de pago, se consignará en forma expresa la categoría de los mismos. (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011: 574).

Según el Art. 3 se clasifica a los alojamientos en los siguientes grupos:

- *Alojamientos Hoteleros:*
 - *Hoteles:*
 - *Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).*
 - *Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).*
 - *Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).*
 - *Hostales y pensiones:*
 - *Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).*
 - *Hostales Residenciales (de 3 a 1 estrellas plateadas).*
 - *Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).*
 - *Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas:*
 - *Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).*
 - *Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).*
 - *Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).*
 - *Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).*

- *Alojamientos Extrahoteleros.*
 - *Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).*
 - *Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).*
 - *Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).* (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011: 575).

Dentro de la Ley de Turismo se considera a la hostería como:

Un establecimiento hotelero situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente a las proximidades de las carreteras, que cuente con jardines, zonas de recreación, deportes y atractivos turísticos naturales, así como también debe contar con áreas de alojamiento y alimentación para satisfacer todas las necesidades de los turistas, con una capacidad no menor a 6 habitaciones. (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011: 12).

2.3.2. Requisitos de funcionamiento

Según el reglamento general de actividades turísticas para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas el artículo 5 de la ley de Turismo y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento entre otras obligaciones mismas que se mencionan a continuación. (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011).

Registro único de turismo

Consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo. El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se efectúe en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento entre otros. El valor por concepto de registro se lo realizará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial; es decir la categoría del

establecimiento y el número de plazas. Los valores podrán ser ajustados anualmente. (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011).

Para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo, deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la Corporación, acompañada de los siguientes documentos:

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cedula de identidad, a color
- Copia de la papeleta de votación, a color
- Copia del contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
- Copia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si ésta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación. (CAPTUR, 2012).

Afiliación a la Cámara de Turismo

En la actualidad, debido a la declaratoria de inconstitucionalidad, dictada mediante Resolución la dejó de ser obligatoria la afiliación a la Cámara de Turismo; sin embargo se considera importante pertenecer a este gremio por los beneficios que ésta ofrece, tales como: contratación de seguridad a través de una empresa especializada con una capacidad de reacción inmediata, capacitaciones al personal, publicidad, ayuda en trámites legales, participación en ferias entre otros. (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011).

Requisitos:

- Solicitud de afiliación
- Copia de la cédula de Ciudadanía del Representante Legal, para extranjeros copia del permiso para ejercer la actividad turística en el país
- Copia del Certificado de Registro del Min. De Turismo
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (R. U. C.)
- Cancelar la cuota de afiliación, 25 dólares. (CAPTUR, 2012).

Licencia anual de funcionamiento

Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se necesita además del registro de turismo, la licencia de funcionamiento otorgada por el Ministerio de Turismo. Esta constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del siguiente año. El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011). Se cancelará: Patente municipal, tasa de turismo, aporte anual a Captur, permiso de bomberos.

Requisitos:

- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal

- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal
- Permiso de Uso de Suelo
- Copia del RUC (actualizado, si existieren cambios).
- Copia del certificado de la afiliación a la Cámara de Turismo que corresponda, de acuerdo a su ubicación. (CAPTUR, 2012).

Permiso sanitario

Faculta el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por el Ministerio de Salud, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas. Los permisos de funcionamiento sanitario se renovarán anualmente durante los 180 primeros días de cada año, previo el pago de los derechos correspondientes. (CAPTUR, 2012).

Requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada. (CAPTUR, 2012).

Patente municipal

Es un permiso obligatorio de funcionamiento que otorga el Municipio para el ejercicio de las actividades comerciales, mediante el pago de un derecho o impuesto anual. La obtención de la patente se efectúa dentro de los 30 días siguientes al día final del mes en el que se inician esas actividades, o dentro de los

30 días siguientes al día final del mes en que termina el año. (EDICIONES LEGALES EDLE S.A., 2011).

Requisitos:

- Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas N.-14: \$0.20;
- RUC (original y copia)
- Cédula de Identidad (original y copia)
- Copia de la papeleta de votación (últimas elecciones)
- Copia de la carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año).

Permiso de funcionamiento de bomberos

Es la autorización que da el Cuerpo de Bomberos, siempre y cuando el establecimiento preste todas las medidas de protección contra incendios.

Requisitos:

- Solicitud de permiso de funcionamiento en el informe respectivo.
- Ficha técnica del registro del local del Cuerpo de Bomberos.
- Croquis de ubicación. (CAPTUR, 2012).

Registro único de contribuyentes

Corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (SRI, 2012).

Requisitos:

- Presentar el original y copia a color de la cédula de identidad o ciudadanía.

- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses). (SRI, 2012).

Impuesto a la renta

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre. Para calcular el impuesto que debe pagar un contribuyente se toma sobre la totalidad de los ingresos gravados se restará las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. A este resultado lo llamamos base imponible. (SRI, 2012).

1.5 por mil sobre los activos totales

Es un comprobante de pago emitido por la Administración Zonal correspondiente por la cancelación del impuesto sobre los activos totales que se gravan a todos los comerciantes, industriales y a todas las personas naturales o jurídicas que ejerzan actividades económicas y estén obligadas a llevar contabilidad según el SRI. El impuesto deberá pagarse cuando le corresponda de acuerdo a la declaración del impuesto a la Renta, establecida en función del noveno dígito del RUC. (CAPTUR, 2012).

Requisitos:

- Formulario de declaración del impuesto de 1.5 por mil sobre los activos totales debidamente llenado.
- Copia de la declaración del impuesto a la renta correspondiente al ejercicio económico anterior.
- Copia de carnet de contador y representantes.
- Copia de pago año anterior o de la declaratoria. (TRÁMITES CIUDADANOS, 2012).

Derechos autores y compositores Sayce

Pago que se realiza por reproducir música, videos en el establecimiento como parte principal o complemento de su negocio ya sea a través de radio, televisión. La obtención de la licencia por el uso de la música, a través del pago anual correspondiente, faculta al establecimiento a hacer uso de todas las obras musicales nacionales y extranjeras. Para establecer el monto a pagar se debe multiplicar el número de habitaciones por el valor que corresponda de acuerdo a la categoría del establecimiento. (SAYCE, 2012).

- De primera categoría, el equivalente a US\$ 2,50 más IVA;
- De segunda categoría, el equivalente a US\$ 1,50 más IVA;
- De tercera y cuarta categoría, el equivalente a US\$ 1,00 más IVA.

Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una y de acuerdo al numeral 39. (SAYCE, 2012).

2.3.3. Información Corporación Financiera Nacional

Según datos obtenidos de la página *web* de la Corporación Financiera Nacional:

Crédito Directo

Destino:

- Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente.
- Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.
- Asistencia técnica. (CFN, 2012).

Beneficiario:

- Personas naturales.

- Personas Jurídicas, privada, mixta o pública; bajo el control de la Superintendencia de Compañías.
- Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con fines de lucro y personería jurídica. (CFN, 2012).

Monto:

- Desde US. 50.000 a nivel nacional.
- Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total)
- Hasta el 70%; para proyectos nuevos.
- Hasta el 100%; para proyectos de ampliación.
- Hasta el 60%; para proyectos de construcción para la venta.

*El monto máximo será definido de acuerdo a la metodología de riesgos de la CFN.

Plazo:

- Activo Fijo: hasta 10 años.
- Capital de Trabajo: hasta 3 años.
- Asistencia Técnica: hasta: 3 años.

Período de gracia:

Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

Tasa de interés:

- PYME (monto hasta USD 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,50%
- SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% - hasta 10%
- SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD 1 millón) Desde 8,25% - hasta 9,08%. (CFN, 2012).

Garantía:

- Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.
- La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes. (CFN, 2012).

Desembolsos:

- De acuerdo a cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN. (CFN, 2012).

Requisitos:

- Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios.
- Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto de Evaluación.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir. (CFN, 2012).

CAPÍTULO III

ESTUDIO FINANCIERO

3.1. Inversiones

3.1.1. Activos fijos

Terreno

Las nueve hectáreas con las que consta el terreno serán distribuidas en diferentes áreas para satisfacer las necesidades del turista, en cuanto a alimentación, alojamiento y diversión.

TABLA 25
TERRENO

Artículo	Cantidad hectárea	V. Unitario	V. Total
Terreno	9	23.000,00	207.000,00
Total			207.000,00

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Las nueve hectáreas que consta el terreno serán distribuidas en diferentes áreas para satisfacer las necesidades del turista, en cuanto a alimentación, alojamiento y diversión.

El valor a invertir por las nueve hectáreas es de 207.000 dólares.

Planos y construcción

En lo que se refiere a planos y construcción están incluidos todos los requerimientos de la obra, elementos decorativos y equipamiento de instalaciones necesario para el buen desarrollo de la hostería.

TABLA 26
PLANOS Y CONSTRUCCIÓN

Artículo	Cantidad	Cantidad m ²	Total m ²	V. Unitario	V. Total
Planos	1	-	-	2.500,00	2.500,00
Cabañas	6	81,50	489,00	125,75	61.491,75
Habitaciones	4	36,04	144,16	125,75	18.128,12
Matrimoniales	2	36,04	72,08	125,75	9.064,06
Administración- Lobby-Bodega	1	109,00	109,00	125,75	13.706,75
Restaurante-Salón	1	156,50	156,50	125,75	19.679,88
Piscina	1	165,00	165,00	125,75	20.748,75
Batería Piscina	1	75,00	75,00	125,75	9.431,25
Local	1	66,00	66,00	125,75	8.299,50
Cocina	1	87,00	87,00	125,75	10.940,25
Área Dura	1	275,00	275,00	11,00	3.025,00
Juegos - estar	1	91,00	91,00	125,75	11.443,25
Batería Sanitaria	1	28,00	28,00	125,75	3.521,00
Salón de Uso Múltiple	1	202,00	202,00	125,75	25.401,50
Senderos	4	300,00	1.200,00	0,70	840,00
Establos	1	36,00	36,00	37,25	1.341,00
Total		1.744,08	3.195,74		219.562,06

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Equipos y materiales

A continuación se detallarán los valores de equipos y materiales necesarios para el funcionamiento del proyecto.

TABLA 27
EQUIPAMIENTO

RECEPCIÓN	
Equipos	4.062,00
Muebles y enseres	524,04
Útiles de oficina	84,43
Total	4.670,47
ADMINISTRACIÓN	
Equipos	321,99
Muebles y enseres	581,68
Útiles de oficina	68,68
Total	972,35
RESTAURANTE Y SALA DE EVENTOS	
Equipos	1.985,00
Utensilios	329,07
Muebles y enseres	6.931,74
Cubertería	544,50
Cristalería	2.386,60
Vajilla	2.345,74
Plásticos	54,65
Blancos	1.307,59
Decoración	811,10
Otros	289,70
Útiles de oficina	43,87
Total	17.029,56
COCINA	
Equipos	3.414,00
Muebles y enseres	823,80
Utensilios de cocina	1.921,71
Total	6.159,51
SNACK	
Equipos	1.321,40
Muebles y enseres	342,20
Utensilios de cocina	37,00
Útiles de oficina	15,00
Total	1.715,60
HABITACIONES	
Equipos	6.454,00
Muebles y enseres	10.291,04

Lencería	3.637,00
Menaje cocina habitaciones	382,80
Cubertería	130,68
Cristalería	17,88
Vajilla	235,44
Total	21.148,84
LAVANDERÍA	
Equipos	1.404,50
Muebles y enseres	185,00
Lencería	18,00
Total	1.607,50
MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	
Equipos	180,00
Muebles y enseres	80,00
Herramienta	131,58
Total	391,58
RECREACIÓN	
Equipos	18,50
Útiles de oficina	28,49
Muebles y enseres	162,00
Semovientes	6.575,00
Implementos área recreativa	6.376,00
Total	13.159,99
TOTAL	66.855,40

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

La inversión por concepto de equipamiento de la Hostería será de 66.855,40 dólares.

3.1.2. Activos diferidos

Los activos diferidos son aquellos que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Constituyen inversiones intangibles como: gastos de organización o constitución, las patentes y licencias.

Permisos de funcionamiento

Para poder hacer la apertura de la hostería se necesita cumplir con los siguientes permisos e impuestos, mismos que deberán ser renovados anualmente.

TABLA 28
REGISTROS Y LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO

Detalle	Valor (US \$)
Captur	25,00
Impuesto Predial	14,00
Licencia de Funcionamiento	85,20
Ministerio de Salud	303,74
Patente municipal	1104,17
Permiso de bomberos	331,25
SAYCE	33,60
Registro único de turismo	85,20
Total	1896,96

Fuente: Cámara de Turismo Santo Domingo de los Tsáchilas, Centro de Salud Augusto Egas, Cuerpo de bomberos, Ministerio de Turismo, Municipio del cantón Santo Domingo, SAYCE.
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.1.3. Capital de trabajo

La inversión de capital de operación está compuesta por los recursos necesarios para el funcionamiento del proyecto en un período de un mes, es decir que la hostería tendrá una cierta cantidad del dinero como respaldo para cubrir los gastos de sueldos y salarios del personal administrativo y operativo, publicidad, servicios básicos, insumo de habitaciones, alimentos y bebidas, servicios complementarios y mantenimiento y servicios aun si no hay ventas. El valor de capital de trabajo será de 12.925,62 para cubrir dichos gastos.

Gasto de sueldos y salarios del personal administrativo

TABLA 29
SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO

Cargo	Salario mínimo unificado	Aporte patronal al IESS 12,15%	Ingreso total	Décimos		Costo neto proyecto
				3ro.	4to.	
Administrador	650	78,98	728,98	54,17	22,00	805,14
Total						805,14

Fuente: Tabla 24 y Ministerio de Relaciones Laborales, Comisión sectorial.
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Gasto de sueldos y salarios del personal operativo

En la siguiente tabla se observa los costos mensuales que representan los sueldos y salarios del personal operativo fijo.

TABLA 30
SUELDO PERSONAL OPERATIVO AÑO

Cargo	Salario mínimo unificado	Aporte patronal al IESS 12,15%	Ingreso Total	Décimos		Costo Neto Proyecto	Costo anual
				3ro.	4to.		
Bodeguero	285,6	34,70	320,30	23,80	14,17	358,27	4299,20
Recepcionista 1	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Recepcionista 2	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Auditor nocturno	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Camarera 1	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Camarera 2	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Cocinero 1	285,6	34,70	320,30	23,80	14,17	358,27	4299,20
Cocinero 2	285,6	34,70	320,30	23,80	14,17	358,27	4299,20
Ayudante - posillero	271,92	33,04	304,96	22,66	14,17	341,78	4101,42
Mesero 1	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Mesero 2	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Mesero 3	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Despachador bar	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Animador turístico	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Guardia 1	312	37,91	349,91	26,00	14,17	390,07	4680,90
Guardia 2	312	37,91	349,91	26,00	14,17	390,07	4680,90
Cuidador animales y plantas	271,92	33,04	304,96	22,66	14,17	341,78	4101,42
Total						6.088,06	73056,70

Fuente: Tabla 24 y Ministerio de Relaciones Laborales, Comisión sectorial.
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Gastos de ventas

Corresponde a los pagos que se realizará por concepto de publicidad, valores en los que se debe incurrir necesariamente para dar a conocer el establecimiento y generar ventas en un futuro inmediato. El gasto es de 10.320 dólares, tomado de la tabla No. 18.

Costos de servicios básicos

Los rubros de agua, luz, gas y teléfono son resultado de una investigación realizada en la zona a los establecimientos que ofrecen el servicio de alojamiento y alimentación.

TABLA 31
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS

Período de operación	Agua	Luz	Teléfono	Total mensual
Mes 1	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 2	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 3	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 4	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 5	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 6	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 7	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 8	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 9	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 10	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 11	80,00	200,00	120,00	400,00
Mes 12	80,00	200,00	120,00	400,00
TOTAL	960,00	2.400,00	1.440,00	4.800,00

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Costos directos

En este rubro se incluye los costos de materia prima, materiales de aseo e insumos necesarios para el funcionamiento de los servicios que brindará la hostería. Ver tabla No. 45 - 48.

Costos indirectos

Se consideran los valores por concepto de productos para mantenimiento de las instalaciones y la alimentación del personal de la hostería.

TABLA 32
COSTOS INDIRECTOS

Período de operación	Materiales de aseo áreas públicas	Mantenimiento de equipos	Alimentación para personal	Total mensual
Mes 1	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 2	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 3	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 4	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 5	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 6	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 7	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 8	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 9	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 10	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 11	100,00	300,00	750,00	1.150,00
Mes 12	100,00	300,00	750,00	1.150,00
TOTAL	1.200,00	3.600,00	9.000,00	13.800,00

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.1.4. Total de inversión

TABLA 33
TOTAL INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	207.000,00
Construcción	219562,06
Equipamiento recepción	4.670,47
Equipamiento administración	972,35
Equipamiento restaurante y salón de eventos	17.029,56
Equipamiento cocina	6.159,51
Equipamiento snack – Bar	1.715,60
Equipamiento habitaciones	21.148,84
Equipamiento lavandería	1.607,50
Equipamiento mantenimiento y limpieza	391,58
Equipamiento recreación	13.159,99
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS	493.417,45
Gastos constitución compañía	1.896,96
Gastos pre-operativos	9.661,70
Intereses pre-operativos	21.000,00
SUBTOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	32.558,66
Capital de trabajo operativo	12.925,62
SUBTOTAL CAPITAL DE TRABAJO	12.925,62
TOTAL INVERSIÓN	538.901,73

Fuente: Tabla18, 25 - 32, 35, 45-48.
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.1.5. Financiamiento de la inversión

Después de haber determinado las inversiones necesarias para el funcionamiento del proyecto, el siguiente paso es definir la forma de financiamiento. Este proyecto se financiará con un préstamo de USD 200,000.00, el mismo que se lo hará con recursos de la Corporación Financiera Nacional, a un plazo de 10 años, con un interés anual del 10,5%. La diferencia, será aporte de capital de los socios.

TABLA 34
FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO

Aporte socios	338.901,73
Préstamo	200.000,00
Total inversión	538.901,73

Fuente: Tabla 33
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Amortización

TABLA 35
AMORTIZACIÓN

Financiamiento		C.F.N.		
Monto		200.000,00		
Plazo		10 años		
Tasa		10,5% anual		
Forma de pago		semestral		
Periodos de gracia		1 año		
Periodos semestrales	Saldo deuda	Pago capital	Pago interés	Total dividendo
1	200.000,00	0,00	10.500,00	10.500,00
2	200.000,00	0,00	10.500,00	10.500,00
3	200.000,00	11.111,11	10.500,00	21.611,11
4	188.888,89	11.111,11	9.916,67	21.027,78
5	177.777,78	11.111,11	9.333,33	20.444,44
6	166.666,67	11.111,11	8.750,00	19.861,11
7	155.555,56	11.111,11	8.166,67	19.277,78
8	144.444,44	11.111,11	7.583,33	18.694,44
9	133.333,33	11.111,11	7.000,00	18.111,11
10	122.222,22	11.111,11	6.416,67	17.527,78
11	111.111,11	11.111,11	5.833,33	16.944,44
12	100.000,00	11.111,11	5.250,00	16.361,11
13	88.888,89	11.111,11	4.666,67	15.777,78
14	77.777,78	11.111,11	4.083,33	15.194,44
15	66.666,67	11.111,11	3.500,00	14.611,11
16	55.555,56	11.111,11	2.916,67	14.027,78
17	44.444,44	11.111,11	2.333,33	13.444,44
18	33.333,33	11.111,11	1.750,00	12.861,11
19	22.222,22	11.111,11	1.166,67	12.277,78
20	11.111,11	11.111,11	583,33	11.694,44
Total		200.000,00	120.750,00	320.750,00

Fuente: Corporación Financiera Nacional y Tabla 33
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Estado de situación inicial

El Estado de Situación Inicial representa la situación o posición financiera de la empresa a una fecha determinada, nos permite observar de manera ordenada las cuentas de activos, pasivos y patrimonio.

TABLA 36
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

HOSTERÍA RINCÓN VERDE ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes	40.698,12	Largo Plazo	200.000,00
Caja – Bancos	12.925,62	Préstamo Bancario	200.000,00
Útiles de oficina	240,47		
Utensilios de cocina	2.670,58		
Lencería	4.962,59		
Cubertería	675,18	PATRIMONIO	
Cristalería	2.404,48		
Vajilla	2.581,18	Capital	338.901,73
Otros activos	14.238,03	Aporte socio 1	84725,4329
		Aporte socio 2	84725,4329
Activos Fijos	465.644,95	Aporte socio 3	84725,4329
Terreno	207.000,00	Aporte socio 4	84725,4329
Construcción	219.562,06		
Maquinaria y Equipos	19.161,39		
Muebles y Enseres	19.921,50		
Activos Diferidos	32.558,66		
Permisos	1.896,96		
Gastos pre-operativos	9.661,70		
Intereses pre-operativo	21.000,00		
TOTAL ACTIVOS	538.901,73	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	538.901,73

Fuente: 25, 27,33-34
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.2. Ingresos proyectados y posibilidades del proyecto

3.2.1. Alojamiento

Para la elaboración de la siguiente tabla se establece la capacidad máxima de ocupación anual de la hostería en proyecto, misma que corresponde a 18.250 plazas.

A continuación se prevé que en el primer año de funcionamiento se logrará tener una ocupación del 25%, para luego ir incrementando su porcentaje durante la etapa de crecimiento y mantenernos en la siguiente etapa.

TABLA 37
PROYECCIÓN DE INGRESOS POR ALOJAMIENTO

Período	Capacidad máxima	Ocupación %	Proyección plazas ocupadas	Tarifa promedio	Total ingresos
0	18.250,00	0,00%	-		
1	18.250,00	25,00%	4.563	15,00	68.437,50
2	18.250,00	30,00%	5.475	15,00	82.125,00
3	18.250,00	35,00%	6.388	15,00	95.812,50
4	18.250,00	40,00%	7.300	15,00	109.500,00
5	18.250,00	45,00%	8.213	15,00	123.187,50
6	18.250,00	50,00%	9.125	15,00	136.875,00
7	18.250,00	55,00%	10.038	15,00	150.562,50
8	18.250,00	60,00%	10.950	15,00	164.250,00
9	18.250,00	60,00%	10.950	15,00	164.250,00
10	18.250,00	60,00%	10.950	15,00	164.250,00

Fuente: Tabla 19
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.2.2. Restaurante

En la Tabla No. 39 se expone claramente la probable ocupación del Restaurante Lucupi, en los horarios de desayunos, almuerzos y cenas. Para la elaboración de esta tabla se consideró la ocupación de la hostería y el mercado local de Santo Domingo.

TABLA 38
POSIBILIDADES DE OCUPACIÓN DEL RESTAURANTE

Período	Capacidad máxima	Ocup. %	Proyección desayunos	Ocupación . %	Proyección almuerzos	Ocup. %	Proyección cenas
0	30.660	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-
1	30.660	2,39%	733	20,00%	6.132	10,00%	3.066
2	30.660	3,50%	1.073	25,00%	7.665	15,00%	4.599
3	30.660	5,00%	1.533	30,00%	9.198	20,00%	6.132
4	30.660	5,00%	1.533	40,00%	12.264	25,00%	7.665
5	30.660	8,00%	2.453	50,00%	15.330	30,00%	9.198
6	30.660	8,00%	2.453	50,00%	15.330	30,00%	9.198
7	30.660	7,50%	2.300	45,00%	13.797	25,00%	7.665
8	30.660	7,00%	2.146	40,00%	12.264	20,00%	6.132
9	30.660	7,00%	2.146	40,00%	12.264	20,00%	6.132
10	30.660	7,00%	2.146	40,00%	12.264	20,00%	6.132

Fuente: Tabla 22
 Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

En la Tabla No. 40 se reflejan los posibles ingresos anuales del restaurante tomando en cuenta únicamente desayunos, almuerzos y cenas durante diez periodos.

TABLA 39
PROYECCIÓN DE INGRESOS DEL RESTAURANTE

Año	Desayuno			Almuerzo			Cena			Total
	precio	Proyección	Ingreso	precio	Proyección	Ingreso	precio	Proyección	Ingreso	Ingresos
1	3,50	733	2.564,71	4,80	6.132	29.433,60	5,80	3.066	17.782,80	49.781,11
2	3,50	1.073	3.755,85	4,80	7.665	36.792,00	5,80	4.599	26.674,20	67.222,05
3	3,50	1.533	5.365,50	4,80	9.198	44.150,40	5,80	6.132	35.565,60	85.081,50
4	3,50	1.533	5.365,50	4,80	12.264	58.867,20	5,80	7.665	44.457,00	108.689,70
5	3,50	2.453	8.584,80	4,80	15.330	73.584,00	5,80	9.198	53.348,40	135.517,20
6	3,50	2.453	8.584,80	4,80	15.330	73.584,00	5,80	9.198	53.348,40	135.517,20
7	3,50	2.300	8.048,25	4,80	13.797	66.225,60	5,80	7.665	44.457,00	118.730,85
8	3,50	2.146	7.511,70	4,80	12.264	58.867,20	5,80	6.132	35.565,60	101.944,50
9	3,50	2.146	7.511,70	4,80	12.264	58.867,20	5,80	6.132	35.565,60	101.944,50
10	3,50	2.146	7.511,70	4,80	12.264	58.867,20	5,80	6.132	35.565,60	101.944,50

Fuente: Tabla 38
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.2.3. Snack

En la Tabla No. 41 se permite ver que el Snack Pulu tendrá una ocupación del 50% de los huéspedes y el 80% del mercado local que visite el establecimiento los fines de semana. Además, se estima que con un consumo mínimo de dos dólares con cincuenta centavos se logrará los siguientes ingresos por año.

TABLA 40
INGRESOS SNACK

Período	Ocupación alojamiento	Huéspedes 30%	Turismo local captado	Personas que utilizan el servicio 80%	Total personas que utilizan el servicio	Consumo promedio USD	Venta Total USD
Año 1	4.563	1.369	542	433	1.802	3,00	5.406,48
Año 2	5.475	1.643	660	528	2.170	3,00	6.510,71
Año 3	6.388	1.916	669	535	2.452	3,00	7.355,23
Año 4	7.300	2.190	792	634	2.824	3,00	8.471,78
Año 5	8.213	2.464	804	643	3.107	3,00	9.320,99
Año 6	9.125	2.738	816	653	3.390	3,00	10.170,60
Año 7	10.038	3.011	828	662	3.674	3,00	11.020,64
Año 8	10.950	3.285	720	576	3.861	3,00	11.583,08
Año 9	10.950	3.285	731	584	3.869	3,00	11.608,48
Año 10	10.950	3.285	741	593	3.878	3,00	11.634,26

Fuente: Tabla 11 y 37
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.2.4. Recreación turística

En las dos tablas a continuación se indica la posible captación de visitas a la Comunidad Tsáchila, basándonos en la ocupación de la hostería y los ingresos que éstas generarían. El servicio de cabalgata se estima que el 30% de los huéspedes y el 25% de los visitantes locales de fin de semana utilicen este servicio con un costo de 6,50 dólares. La actividad de bicicletas se pretende captar un 30% de huéspedes y un 25% de visitantes de fin de semana. El alquiler es de 2,50 dólares la hora e incluye los implementos necesarios. Finalmente, la pesca de tilapia se prevé que el 30% de huéspedes y el 25% de visitantes de fin de semana la, por la que se cobrará un dólar la hora si no pesca nada, caso contrario por cada libra de tilapia se cobrará 2,50 dólares.

TABLA 41
INGRESOS RECREACIÓN TURÍSTICA

Periodo	Visitas culturales USD	Cabalgatas USD	Bicicletas USD	Pesca USD
1	11.406	9.777	4.513	3.760
2	13.688	11.748	5.422	4.519
3	15.969	13.543	6.251	5.209
4	18.250	15.523	7.164	5.970
5	20.531	17.321	7.994	6.662
6	22.813	19.120	8.824	7.354
7	25.094	20.918	9.655	8.046
8	27.375	22.523	10.395	8.663
9	27.375	22.540	10.403	8.669
10	27.375	22.557	10.411	8.676
Total ingresos	209.875	175.570	81.032	67.527

Fuente: Tabla 11 y 37

Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

El servicio de piscina, canchas y senderos pretende captar el mercado local, el cual pagará el valor de 3,50 dólares por el uso de piscina e instalaciones complementarias de la hostería. Con respecto a los ingresos por *camping* se estima que se capte el 3% de la demanda local, el 0.2% de la demanda nacional y el 0.5% de la demanda extranjera, mismos que cancelaran el valor de ocho dólares por el alquiler de la carpa y uso de instalaciones. La hostería ofrecerá los servicios de deportes tales como: rafting, kayak, canyoning, rappel y cross country de los cuales se tendrá comisiones; convenio que se realizó con el Sr. Otto Ontaneda. Las comisiones son: rafting 10 dólares, kayak 20 dólares, canyoning 3 dólares, rappel 1,50 dólares, cross country 3 dólares. Finalmente, se observa el porcentaje aproximado de uso del salón de recepciones. Conforme pase el tiempo, la expectativa de uso del salón de eventos de la hostería será mayor. El alquiler para fines del proyecto se mantendrá en 450 dólares por evento.

TABLA 42
INGRESOS RECREACIÓN TURÍSTICA

Periodo	Instalaciones USD	Campamento USD	Deportes de aventura USD	Salón de eventos USD
1	1.896	5.642	8.157	8.030
2	2.309	5.728	8.291	10.038
3	2.343	5.816	8.427	12.045
4	2.773	5.905	8.566	16.060
5	2.814	5.996	8.707	18.068
6	2.856	6.088	8.851	20.075
7	2.898	6.181	8.998	20.075
8	2.520	6.276	9.148	20.075
9	2.557	6.373	9.301	18.068
10	2.595	6.471	9.456	16060
Total ingresos	25.561	60.475	87.903	158.593

Fuente: Tabla 3, 6, 11 y Trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.2.5. Ingresos totales

En la Tabla No. 44 se muestra el resumen de los ingresos en las diferentes áreas y actividades de la hostería

TABLA 43
PROYECCIÓN DE INGRESOS TOTALES

Periodo	Alojamiento	Restaurante	Snack	Recreación turística	Total ingresos
1	68.437,50	49.781,11	5.406,48	53.182	176.806,71
2	82.125,00	67.222,05	6.510,71	61.742	217.599,58
3	95.812,50	85.081,50	7.355,23	69.603	257.851,77
4	109.500,00	108.689,70	8.471,78	80.211	306.872,97
5	123.187,50	135.517,20	9.320,99	88.093	356.118,64
6	136.875,00	135.517,20	10.170,60	95.980	378.542,50
7	150.562,50	118.730,85	11.020,64	101.864	382.178,32
8	164.250,00	101.944,50	11.583,08	106.974	384.751,99
9	164.250,00	101.944,50	11.608,48	105.285	383.087,90
10	164.250,00	101.944,50	11.634,26	103.601	381.429,74

Fuente: Tabla 37,39-42 y trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.3. Costos de proceso proyectados a diez años

El análisis de costos permitirá determinar la cuantía del proceso de producción, administrativo, de ventas y financieros para la realización del proyecto.

Para realizar el análisis de costo del proceso, es necesario tomar en cuenta: mano de obra, materia prima y gastos de fabricación.

3.3.1. Mano de obra

Dentro del costo de mano de obra se encuentran todas las personas que participan en la producción y en contacto con el cliente.

TABLA 44
SUELDOS OPERATIVOS AL AÑO

Cargo	Salario mínimo unificado	Aporte patronal al IESS 12,15%	Ingreso Total	Décimos		Costo Neto Proyecto	Costo anual
				3ro.	4to.		
Bodeguero	285,6	34,70	320,30	23,80	14,17	358,27	4299,20
Recepcionista 1	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Recepcionista 2	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Auditor nocturno	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Camarera 1	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Camarera 2	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Cocinero 1	285,6	34,70	320,30	23,80	14,17	358,27	4299,20
Cocinero 2	285,6	34,70	320,30	23,80	14,17	358,27	4299,20
Ayudante – posillero	271,92	33,04	304,96	22,66	14,17	341,78	4101,42
Mesero 1	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Mesero 2	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Mesero 3	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Despachador bar	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Animador turístico	282,85	34,37	317,22	23,57	14,17	354,95	4259,45
Guardia 1	312	37,91	349,91	26,00	14,17	390,07	4680,90
Guardia 2	312	37,91	349,91	26,00	14,17	390,07	4680,90
Cuidador animales y plantas	271,92	33,04	304,96	22,66	14,17	341,78	4101,42
Total						6.088,06	73056,70

Fuente: Tabla 30

Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.3.2. Materia prima

Para obtener el costo correspondiente a materia prima se realizó una investigación en hoteles, hosterías y restaurantes de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, de la cual se obtuvo la siguiente información:

De las ventas totales de las habitaciones, aproximadamente el 5.0 % corresponde a gastos por materiales para limpieza de habitaciones.

TABLA 45
COSTO INSUMO HABITACIONES

Periodo	Ingreso Habitaciones	Insumos 5,0%
Año 1	68.437,50	3.421,88
Año 2	82.125,00	4.106,25
Año 3	95.812,50	4.790,63
Año 4	109.500,00	5.475,00
Año 5	123.187,50	6.159,38
Año 6	136.875,00	6.843,75
Año 7	150.562,50	7.528,13
Año 8	164.250,00	8.212,50
Año 9	164.250,00	8.212,50
Año 10	164.250,00	8.212,50

Fuente: Tabla 37 y trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

De igual manera se ha determinado que el costo de materia prima con relación a alimentos y bebidas es del 38% al 40 % de las ventas. Por las características del proyecto, ubicación geográfica, centro de abastecimiento y disponibilidad de insumos en la zona, se consideró el 40 % de las ventas proyectadas de restaurante y snack para establecer el costo de materia prima.

TABLA 46
COSTO ALIMENTOS Y BEBIDAS

Periodo	Ingresos		Total ingresos	Costo 40%
	Restaurante	Snack		
Año 1	49.781,11	5.406,48	55.187,59	22.075,03
Año 2	67.222,05	6.510,71	73.732,76	29.493,10
Año 3	85.081,50	7.355,23	92.436,73	36.974,69
Año 4	108.689,70	8.471,78	117.161,48	46.864,59
Año 5	135.517,20	9.320,99	144.838,19	57.935,27
Año 6	135.517,20	10.170,60	145.687,80	58.275,12
Año 7	118.730,85	11.020,64	129.751,49	51.900,60
Año 8	101.944,50	11.583,08	113.527,58	45.411,03
Año 9	101.944,50	11.608,48	113.552,98	45.421,19
Año 10	101.944,50	11.634,26	113.578,76	45.431,50

Fuente: Tabla 39, 40 y trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

Como es complejo definir cuanto se gasta para poder brindar los servicios complementarios que se detallan en el cuadro siguiente, hemos fijado distintos porcentajes para que se refleje el costo aproximado de los mismos, conforme la siguiente tabla.

TABLA 47
COSTO SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Periodo	Ordeño de vacas USD 14% *	Preparación de alimentos USD 50% *	Siembra de árboles USD 10% *	Siembra y cosecha USD 25% *	Caminatas USD 5% *	Cabalgatas USD 7% *
Año 1	638,75	2.281,25	456,25	1.140,63	228,13	684,41
Año 2	766,50	2.737,50	547,50	1.368,75	273,75	822,38
Año 3	894,25	3.193,75	638,75	1.596,88	319,38	948,03
Año 4	1.022,00	3.650,00	730,00	1.825,00	365,00	1.086,59
Año 5	1.149,75	4.106,25	821,25	2.053,13	410,63	1.212,47
Año 6	1.277,50	4.562,50	912,50	2.281,25	456,25	1.338,37
Año 7	1.405,25	5.018,75	1.003,75	2.509,38	501,88	1.464,29
Año 8	1.533,00	5.475,00	1.095,00	2.737,50	547,50	1.576,58
Año 9	1.533,00	5.475,00	1.095,00	2.737,50	547,50	1.577,78
Año 10	1.533,00	5.475,00	1.095,00	2.737,50	547,50	1.579,00

Fuente: Tabla 37, 41 y trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

* Porcentaje de ingreso de cada actividad

De la actividad de ordeño de vacas, el 14% está destinado para compras de medicina de animales y mantenimiento de pasto. De la preparación de alimentos el 50% será destinado para la compra de materia prima. Con respecto a la siembra de árboles, el 10% corresponde a los gastos destinados a la preparación de suelo y compra de semillas. La siembra y cosecha se estima un costo del 25% correspondiente a la elaboración de abono orgánico. En caminatas se destina el 5% para el mantenimiento de los senderos. Cabalgatas el 7% en medicina para los caballos y artículos necesarios para dicha actividad.

TABLA 48
COSTO SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Periodo	Bicicletas USD 2,5% *	Camping USD 2% *	Piscina USD 10% *	Pesca USD 5% *	Visita cultural USD 6,00	Salón de eventos USD 5% *	Total costos USD
Año 1	112,81	112,84	189,62	188,02	6.843,75	401,50	13.277,95
Año 2	135,56	114,57	230,88	225,93	8.212,50	501,88	15.937,68
Año 3	156,27	116,32	234,28	260,45	9.581,25	602,25	18.541,85
Año 4	179,11	118,10	277,34	298,51	10.950,00	803,00	21.304,65
Año 5	199,86	119,91	281,42	333,10	12.318,75	903,38	23.909,88
Año 6	220,61	121,75	285,56	367,68	13.687,50	1.003,75	26.515,22
Año 7	241,37	123,62	289,75	402,28	15.056,25	1.003,75	29.020,31
Año 8	259,88	125,52	252,01	433,13	16.425,00	1.003,75	31.463,86
Año 9	260,07	127,45	255,72	433,46	16.425,00	903,38	31.370,86
Año 10	260,28	129,42	259,48	433,79	16.425,00	803,00	31.277,96

Fuente: Tabla 41- 42 y trabajo de campo

Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

* Porcentaje de ingreso de cada actividad

Bicicletas, el 2,5 % está destinado para compras mantenimiento de las mismas. Camping 20% será destinado para mantenimiento de carpas. Con respecto a piscina, el 10% corresponde a los gastos destinados a compra de productos químicos. Pesca se estima un costo del 5% correspondiente a la compra de alimentos y mantenimiento. Visitas culturales 6 USD. para la comunidad y transporte. Salón de eventos el 5% para mantenimiento.

3.3.3. Costos indirectos de producción

Se consideran aquellos que no se relacionan directamente en la producción del servicio o producto que se oferta, tales como materiales de aseo, de mantenimiento y alimentación para el personal.

TABLA 49
COSTOS INDIRECTOS

Período de operación	Materiales de aseo áreas públicas USD	Mantenimiento de equipos USD	Alimentación para personal USD	Total anual USD
Año 1	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00
Año 2	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00
Año 3	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00
Año 4	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00
Año 5	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00
Año 6	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00
Año 7	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00
Año 8	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00
Año 9	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00
Año 10	1.200,00	3.360,00	9.000,00	13.560,00

Fuente: Tabla 32 y trabajo de campo
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.3.4. Gastos de administración

Como parte de este gasto se considera el sueldo de las personas que realizan una función administrativa dentro de la empresa y los insumos de oficina.

TABLA 50
SUELDO ADMINISTRATIVO POR AÑO

Cargo	Costo mensual	Costo anual
Administrador	805,14	9.661,70
Total costo	805,14	9.661,70

Fuente: Tabla 29
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.3.5. Gasto de ventas

Se consideró el valor correspondiente a la publicidad que se realizará anualmente para la promoción de la hostería. (Ver tabla No. 18).

3.4. Pronóstico financiero

3.4.1. Flujo de caja

El flujo de caja es uno de los elementos importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. Una vez que se han tomado en cuenta todos los ingresos y egresos del proyecto, estos se combinan para obtener el flujo de entrada o salida neto de efectivo para cada año. El flujo de efectivo neto se suma al saldo de efectivo inicial y se calcula la proyección de efectivo año a año. Se elaboró un flujo de caja anual proyectado para diez años.

TABLA 51
FLUJO DE CAJA HOSTERÍA RINCÓN VERDE

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
1. Ingresos											
Alojamiento		68.437,50	82.125,00	95.812,50	109.500,00	123.187,50	136.875,00	150.562,50	164.250,00	164.250,00	164.250,00
Restaurante		49.781,11	67.222,05	85.081,50	108.689,70	135.517,20	135.517,20	118.730,85	101.944,50	101.944,50	101.944,50
Snack		5.406,48	6.510,71	7.355,23	8.471,78	9.320,99	10.170,60	11.020,64	11.583,08	11.608,48	11.634,26
Recreación turística		53.181,62	61.741,82	69.602,54	80.211,49	88.092,96	95.979,70	101.864,33	106.974,41	105.284,92	103.600,97
Aporte capital	-338.901,73										
Préstamo	-200.000,00										
Valor residual											316.781,03
TOTAL INGRESOS	-538.901,73	176.806,71	217.599,58	257.851,77	306.872,97	356.118,64	378.542,50	382.178,32	384.751,99	383.087,90	698.210,76
2. Egresos											
Remuneraciones Adm.		9.661,70	9.661,70	9.661,70	9.661,70	9.661,70	9.661,70	9.661,70	9.661,70	9.661,70	9.661,70
Remuneraciones operativo		73.056,70	73.056,70	73.056,70	73.056,70	73.056,70	73.056,70	73.056,70	73.056,70	73.056,70	73.056,70
Servicios básicos		4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Insumos hab.		3.421,88	4.106,25	4.790,63	5.475,00	6.159,38	6.843,75	7.528,13	8.212,50	8.212,50	8.212,50
Alimentos y bebidas		22.075,03	29.493,10	36.974,69	46.864,59	57.935,27	58.275,12	51.900,60	45.411,03	45.421,19	45.431,50
Mantenimiento y servicios		13.560,00	13.560,00	13.560,00	13.560,00	13.560,00	13.560,00	13.560,00	13.560,00	13.560,00	13.560,00
Serv.complementarios		13.277,95	15.937,68	18.541,85	21.304,65	23.909,88	26.515,22	29.020,31	31.463,86	31.370,86	31.277,96
Publicidad		10.320,00	10.320,00	10.320,00	10.320,00	10.320,00	10.320,00	10.320,00	10.320,00	10.320,00	10.320,00
Seguros		4.934,17	4.934,17	4.934,17	4.934,17	4.934,17	4.934,17	4.934,17	4.934,17	4.934,17	4.934,17
Pago capital préstamo		0,00	22.222,22	22.222,22	22.222,22	22.222,22	22.222,22	22.222,22	22.222,22	22.222,22	22.222,22
Pago intereses		21.000,00	20.416,67	18.083,33	15.750,00	13.416,67	11.083,33	8.750,00	6.416,67	4.083,33	1.750,00
TOTAL EGRESOS		176.107,43	208.508,50	216.945,30	227.949,04	239.975,99	241.272,22	235.753,82	230.058,86	227.642,68	225.226,76
FLUJO NETO DE CAJA	-538.901,73	699,27	9.091,08	40.906,48	78.923,93	116.142,66	137.270,28	146.424,49	154.693,13	155.445,22	472.984,00

Fuente: Tabla 18, 31, 33 - 35, 43 - 50
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.5. Evaluación financiera

La evaluación económica es la parte final de toda la secuencia del estudio de factibilidad de un proyecto. Se ha encontrado un mercado potencial, se ha establecido la localización y el proceso productivo, se han determinado los costos y la inversión necesaria, y se han señalado las probables utilidades del proyecto. Por tanto, el objetivo de la evaluación económica será demostrar que el proyecto será económicamente rentable. (ACHING, 2006).

Para este fin se utilizarán los indicadores financieros más importantes para evaluar el proyecto, los cuales son:

TABLA 52
INDICADORES FINANCIEROS

PRC (Período de recuperación de capital)	8
VAN (Valor actual neto)	20.748,10
TIR (Tasa interna de retorno)	13%
B/C (Relación beneficio/costo)	1,45

Fuente: Tabla 51
Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

3.5.1. Período de recuperación de capital

Este índice nos muestra que el período de recuperación del capital invertido en el proyecto, es de 8 años.

3.5.2. Valor actual neto

El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Para determinarlo, se encuentra el valor presente de los flujos netos esperados de efectivo de una inversión, descontados al costo de capital, y sustrayendo de él el desembolso inicial del costo del proyecto. Si es positivo, el proyecto debe aceptarse; si es negativo, debe rechazarse. (ACHING, 2006). El VAN resultante es 20.748,10 dólares. Como podemos ver el saldo es positivo, por lo tanto el proyecto debe aceptarse.

La tasa de descuento que se ha utilizado para el cálculo del VAN en este proyecto es del 12%, este valor corresponde al rendimiento mínimo esperado por el promotor para invertir en el proyecto.

3.5.3. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno que reduce a cero las equivalencias del valor actual neto, valor futuro o valor anual en una serie de ingresos y egresos. Es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado, el cual va a mostrar si conviene invertir en el proyecto. La Tasa Interna de Retorno (TIR) para este proyecto es de 13% anual, con el cálculo de este índice podemos concluir que el proyecto se debería aceptar. (ACHING, 2006).

3.5.4. Relación costo/beneficio

La relación beneficio/costo nos indica cuanto dinero recibe la empresa por cada dólar invertido. Es indispensable que el índice sea mayor a uno. Para este proyecto la relación beneficio/costo es de 1,45 dólares. Como podemos ver este valor es mayor a uno, lo cual nos indica que por cada dólar invertido en la empresa, recibimos 0,45 centavos adicionales, esto quiere decir que es recomendable invertir en el proyecto. (ACHING, 2006).

3. ANÁLISIS

En la búsqueda de conocer si es factible realizar la implementación de actividades turísticas en el Recinto Libertad del Toachi que permitan contribuir a mejorar el nivel de vida, mediante la generación de ingresos y empleo, se realizó un estudio de pre-factibilidad enfocado en un análisis de mercado, técnico y financiero para la implementación de actividades turísticas.

Los resultados de este estudio son favorables ya que se cuenta con una demanda insatisfecha del 5,99% que corresponde a aquellos turistas que se registran en otros establecimientos, casa de familiares o amigos, siendo este porcentaje el mercado flotante del cual se va captar una porción. El objetivo es persuadir al grupo de consumidores, que son niños, jóvenes de colegio y universidad, familias, empresarios, personas de la Sierra y extranjeros para que opten como destino de un paseo o viaje de aventura en un bosque húmedo cercano a la ciudad. El proyecto participará en un 39% de la demanda insatisfecha, considerando una ocupación del 25% de alojamiento para el primer año, llegando a tener 4.563 plazas ocupadas.

Cabe destacar la poca diferenciación que existe en el mercado al momento de ofertar turismo, los cuales la mayor parte del tiempo son entendidos como la misma modalidad, dirigida a segmentos de mercado con motivaciones similares; sin embargo, para ambas modalidades hay importantes diferencias en las características de la demanda y en la constitución de su oferta. Por lo que, se pretende llegar al mercado con actividades diferentes a las ya ofertadas, que marquen la diferencia y sean atractivos al consumidor, con el fin de crear reconocimiento, notoriedad el mercado.

En ese contexto es necesario definir una comunicación efectiva con los consumidores potenciales para que se identifiquen con la hostería. Dicha comunicación debe estar respaldada en primer lugar en la creación de un logotipo y nombre de marca fácilmente reconocible que cree un vínculo con el consumidor. En segundo lugar, una combinación adecuada de medios para llegar al grupo de consumidores elegidos. Conjuntamente, para facilitar la comunicación se contará

con vendedores directos para mostrar lo que el proyecto puede ofrecer dependiendo de las necesidades del cliente.

Por otro lado, es importante destacar desde el punto de vista económico que el proyecto Rincón Verde es rentable y atractivo para el inversionista, pues el resultado del estudio garantiza una TIR del 13%, la misma que permitirá que la Hostería permanezca en el mercado y se generen ingresos. Igualmente, el saldo final de caja en todos los años proyectados muestra valores positivos, lo que le permitirá a los inversionistas cubrir con las obligaciones adquiridas.

Por lo anteriormente expuesto, es factible implementar la hostería ya que existe el terreno con las condiciones adecuadas para el desarrollo del proyecto, un porcentaje de demanda insatisfecha, recursos financieros y el apoyo de socios para la ejecución del mismo.

Finalmente, es necesario que el recinto mejore e incremente la oferta turística existente mediante el desarrollo de un proyecto que ingrese con una nueva tendencia, que marque la diferencia en la oferta y satisfaga las necesidades de los clientes, enfocada al desarrollo de las actividades turísticas que fomenten una ideología de calidad en el servicio y lo que ello conlleva; y que, además, fomente una relación entre el turista y la naturaleza, es decir; que los clientes se conviertan en turistas consumidores de una oferta sustentable.

Por consiguiente, es imprescindible que la implementación de este proyecto esté basado en los principios de desarrollo sustentable, es decir, bajo un desarrollo socioeconómico asentado en la valoración de los recursos endógenos, y en la participación y cooperación entre los agentes con la instrucción efectiva; en un marco de respeto a lo ambiental que implica la conservación y una adecuada utilización de los recursos. Estas tres dimensiones del desarrollo deben unirse de tal manera que generen un flujo constante de ingresos, aseguren la equidad entre las personas, alcancen niveles de población socialmente convenientes, mantengan las fuentes de capital humana y de capital natural y protejan las bondades del ambiente que imparten vida.

Un consumidor más exigente ha llevado a construir empresas que sean identificadas como marcas que expresen sus valores individuales, necesidades, sentimientos y emociones.

4. CONCLUSIONES

En la investigación se encontró que la hipótesis si se cumple, ya que debido a la falta de aprovechamiento de los componentes turísticos y su gestión por parte de los pobladores, así como el paulatino deterioro de los atractivos turísticos naturales y culturales que cuenta el recinto Libertad del Toachi, se ha dado un deficiente desarrollo de la actividad turística, por ende, una escasa afluencia de la población urbana de Santo Domingo. Ésto, podría evitarse mediante la inversión de recursos económicos destinados a la ejecución del proyecto turístico sostenible Hostería Rincón Verde, anteriormente analizado con excelentes resultados financieros, el mismo que contribuirá a mejorar el nivel de vida, la generación de ingresos y empleo.

- El Cantón Santo Domingo de los Colorados recibe un mayor porcentaje de turismo nacional que internacional. Mientras que, la Comunidad Tsáchila es más visitada por turistas no residentes en el país que por los nacionales. La demanda nacional representa el 92,8 % de la demanda total de 192.903 personas que visitan la ciudad santodomingueña.
- La tasa de crecimiento promedio, del año 2007 al 2010, de llegada de extranjeros al Ecuador es de 3.90%, valor que se aplicará para obtener la demanda futura del mercado no residente en el país. Para la demanda local se aplicará el 1.47% de crecimiento.
- Las ciudades ecuatorianas de donde procede el turismo interno hacia Santo Domingo de los Colorados, los feriados y fines de semana son: Quito, Guayaquil, Quevedo y Chone, esta información sirvió para elaborar paquetes y la publicidad.
- Se estableció un mercado potencial nacional, local y extranjero de 192.903 personas, lo cual sirvió para establecer el mercado flotante existente y determinar el mercado al que se va a dirigir el proyecto. El proyecto participará en un 39% de la demanda insatisfecha, considerando una ocupación del 25%

de alojamiento para el primer año, llegando a tener 4.563 plazas ocupadas. El mercado captado se estima que el 5% corresponde a clientes motivados por negocios y el 95% a turistas incentivados para disfrutar de sus vacaciones. De esta manera, la participación del proyecto en el mercado es del 2.37%.

- En cuanto a la oferta de similar producto existente en la zona, concluimos que las hosterías Tinalandia y Kashama Eco Resort & SPA están dirigidas a extranjeros que vienen por turismo de aventura. El Parador los Colorados, Kasama y Mi Cuchito se caracterizan por dirigirse más a turismo nacional que extranjero; lo que llevó a tomar la decisión de no descartar el turismo extranjero y dirigirnos a turistas jóvenes y familias de la localidad y del resto del país, ofreciendo un nuevo producto y de mejor calidad.
- Los hoteles, ubicados dentro del perímetro urbano de Santo Domingo de los Tsáchilas, no fueron tomados como competencia directa del proyecto, ya que, aunque están dirigidos más al turismo nacional, son ocupados principalmente por ejecutivos que viajan a la zona por razón de negocios; éstos, aunque no pertenecen al segmento de mercado de la Hostería Rincón Verde, no serán descartados.
- En resumen, el proyecto no descartará el turismo no residente en el país, siendo el segmento de mercado jóvenes de colegios y universidades, empresas y familias del país; puesto que pertenecen al turismo interno, que es el que mayor uso turístico hace de la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas; y, por otra parte, porque son una plaza que no ha sido todavía abarcada en su totalidad por la oferta existente.
- Para establecer la capacidad máxima de ocupación de la Hostería Rincón Verde se realizó un análisis de la oferta existente dentro del cantón, determinando una capacidad máxima de 80; y, una mínima de 35 plazas en las hosterías. Dato que se consideró para poder definir que la capacidad máxima de la hostería es de 50 plazas diarias, con posibilidades de extenderse. La hostería constará de seis cabañas familiares para seis personas; dos habitaciones matrimoniales; dos dobles; y, dos triples.
- Debido al tamaño del proyecto y la baja ocupación esperada en el primer período, el personal necesario de la hostería será: un administrador y dieciocho colaboradores distribuidos en las diferentes áreas, los mismos que tienen sus funciones específicas y brindarán apoyo en lo que se requiera.

Conforme aumente la ocupación de la hostería se contratará más personal. Para la correcta organización de la empresa se elaboró un manual de funciones, que entregará a cada colaborador en el período de capacitación, además de estar incluido en el proyecto.

- Para poner en marcha el proyecto es necesario contar con 538.901,73 dólares, de los cuales los socios aportarán 338.901,73 dólares y el préstamo que se necesita será 200.000 dólares con recursos de la Corporación Financiera Nacional, a un plazo de 10 años, con un interés anual del 10,5 %.
- Las ventas del proyecto se generarán por servicios de alojamiento (39%), alimentación (28%), snack-bar (3%) y entretenimiento (30%), las mismas que ascenderán a un valor de USD 176.806,71, en el primer año de operación, considerando una capacidad utilizada del 25%, la misma que se incrementará un 5% anual hasta llegar al 60%.
- Los costos del proyecto representan el 88% de las ventas en el primer año de operación, y los rubros más representativos son los gastos de remuneraciones del personal y los costos de alimentos y bebidas.
- El flujo de caja se proyectó para 10 años, es así que se elaboró un flujo de caja anual que permite visualizar de forma más exacta los ingresos y egresos en efectivo que requerirá el proyecto para su desarrollo.
- El saldo final de caja en todos los años proyectados muestra valores positivos, consecuentemente el proyecto contará con la liquidez suficiente lo que le permitirá cubrir con sus obligaciones.
- Después de haber hecho un análisis se puede decir que la implementación de la Hostería Rincón Verde es factible ya que se cuenta con una demanda insatisfecha con un porcentaje de participación en el mercado de 5,99%, la misma que puede ser abarcada por la Hostería. Además, se contará con una ventaja competitiva dentro del mercado ya que va a brindar actividades complementarias, y precios accesibles y promociones. Finalmente, según el análisis financiero se contará con una tasa de rentabilidad del 13%, la misma que permitirá que la Hostería permanezca en el mercado y se generen ingresos.
- El proyecto Hostería Rincón Verde, por todo lo anteriormente mencionado, es rentable y atractivo para el inversionista. El estudio de mercado reveló, que el blanco específico del proyecto, por las características de la zona, debe ser el

mercado nacional de él, el juvenil, empresarial y familiar.

5. RECOMENDACIONES

- Luego de haber realizado el estudio de mercado se estima conveniente establecer como segmento a niños, jóvenes, adultos y familias ecuatorianas, sin descartar el turismo no residente en el país.
- Para llegar al segmento deseado es necesario contratar con distintos canales de distribución, como medios escritos: periódicos, trípticos, revistas, para llegar al segmento local y nacional y el internet para promocionarle a nivel mundial.
- Luego de realizar el estudio técnico se recomienda iniciar con una capacidad de cincuenta plazas, con la posibilidad de incrementarla según se aumente la ocupación de la hostería.
- El personal que labore en la hostería deberá recibir capacitación antes de la apertura de la hostería, ya que de ellos también depende la imagen de la empresa. Brindar una buena atención al cliente es fundamental para la percepción de una imagen positiva. De igual manera se recomienda la difusión y aplicación del manual de funciones.
- Realizar actividades de recreación que propongan una mejor relación entre la naturaleza, el clima, la cultura, la atención de calidad y su promoción; tratando de fomentar la tendencia ecológica e invitando al turista a disfrutar de las costumbres y tradiciones de la zona.
- Ofertar variedad de servicios, actividades que estén dirigidas a un segmento juvenil, educativo, familiar y empresarial para quienes deseen introducirse en la naturaleza o descansar del estrés de la ciudad para lograr que el turista pernocte más de una noche.
- Contar con un capital de trabajo operativo para que empiece a funcionar la Hostería ya que ayudará con el cumplimiento de las obligaciones diarias adquiridas. Es importante pensar en el capital de trabajo, porque inicialmente se tendrá que gastar antes de ver utilidades.
- El proyecto Hostería Rincón Verde, por todo lo anteriormente mencionado en el estudio financiero, es rentable y atractivo para el inversionista ya que el

saldo final de caja en todos los años proyectados muestra valores positivos, por lo que se recomienda ponerlo en marcha.

Todas las recomendaciones planteadas en este tema deben no solo ejecutarse, sino también basarse en la teoría de Desarrollo sustentable, el cual busca que el ser humano se desarrolle en un ambiente adecuado para que amplíe sus capacidades y haga buen uso de los recursos de la naturaleza, incrementando su economía y la del país, además de ser un instrumento para obtener una mejora social, evitando el empobrecimiento y siendo una fuente de oportunidades para nuevas generaciones.

6. BIBLIOGRAFÍA

Entrevistas

Calle, M. Gerente Hotel Ida María, (2011). Información general del establecimiento.

Calazacón, H. Director de Proyectos de la Fundación Museo Etnográfico Tsáchila, (2011). Llegada de extranjeros a la Comunidad Tsáchila.

Espinoza, K. Ingeniera, directora de eventos y banquetes Grand Hotel Santo Domingo, (2011). Información general del establecimiento.

Heredia, A. Ingeniero, gerente Rancho Hostería Mi Cuchito, (2011). Información general del establecimiento.

López, I. Recepcionista Hotel del Pacífico, (2011). Información general del establecimiento.

Vélez, M.E. Gerente Kashama Eco Resort & SPA, (2011). Información general del establecimiento.

Platonoff, Sergio. Gerente Hostería Tinalandia, (2001). Información general del establecimiento.

Pazmiño, M. Gerente Hostería Samawa, (2011). Información general del establecimiento.

Pozo, S. Gerente Hostería Parador los Colorados, (2011). Información general del establecimiento.

Salto, J. Propietario Hostería Kasama, (2011). Información general del establecimiento.

Uribe, F. Gerente Hotel Zaracay, (2011). Información general del establecimiento.

Sánchez, J.J, Ingeniera en administración turística y hotelera. Directora de Escuela de Hotelería y Turismo, (2011). Funciones de personal hotelero.

Libros

Aching, C., (2006). *Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/cag3/2f.htm>.

Ediciones Legales Edle S.A., (2011). *Manual legal del turismo*. Ecuador, Quito: Edle S.A.

Web

Captur, (2012). Solicitud de afiliación a CAPTUR. Recuperado de <http://www.captur.com/afiliese.html>

Captur, (2012). Permisos para operar. Recuperado de http://www.captur.com/Docs/sector_alojamiento.pdf.

Cfn, (2012, enero). Financiamiento estratégico. Recuperado de http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=599&Itemid=542.

Index Mundi, (2011). Cuadros de datos históricos anuales, tasa de crecimiento. Recuperado de <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=24&c=ec&l=es>.

Ministerio de Turismo, (2010). Boletín de estadísticas turísticas 2005-2009. Recuperado de http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=459:estadisticas-turicas&catid=62:servicios&Itemid=95.

Sayce, (2012, marzo). Tarifas por reproducción. Recuperado de http://www.sayce.com.ec/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=26

Sri, (2012). Ruc. Recuperado de <http://www.sri.gov.ec/web/10138/92>.

Sri, (2012). Ruc y Rise. Recuperado de <http://www.sri.gov.ec/web/10138/304>.

Sri, (2012). Impuesto a la renta. Recuperado de <http://www.sri.gov.ec/web/guest/impuesto-a-la-renta>.

Trámites ciudadanos, (2012). Impuesto del 1.5 por mil sobre los activos totales. Recuperado de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=682>.

ANEXOS

ANEXO 1

CASA PRINCIPAL DE LA FINCA RINCÓN VERDE



Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

ANEXO 2
ÁREA PARRILLERA



Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

ANEXO 3
PISCINA TEMPERADA



Elaborado por: Diana Villarroel Noboa



Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

ANEXO 4
PAISAJE



Elaborado por: Diana Villarroel Noboa

ANEXO 5
JARDINES



Elaborado por: Diana Villarroel Noboa